Deutscher Bundestag
8. Wahlperiode

Drucksache 8/2264

Unterrichtung

durch die Bundesregierung

Bericht der Bundesregierung über die Lage von Presse und Rundfunk in der Bundesrepublik Deutschland (1978)

Inhaltsübersicht

	Seite
Zusammenfassung	VII bis XV
A. Gegenstand und Aufgabe des Berichts	1 bis 2
B. Presse	2 bis 73
I. Wirtschaftliche Entwicklung	2
1 Änderungen sektoraler Strukturen in der periodischen Presse	2
1.1 Zeitungen	2
1.1.1 Tagespresse	5
1.1.2 Sonntagszeitungen	18
1.1.3 Redaktionelle Tageszeitungsbeilagen mit Rundfunkprogrammvorschau (Supplements)	18
1.2 Zeitschriften	19
1.2.1 Politische Wochenblätter und wöchentlich erscheinende Magazine mit überregionaler Verbreitung	23
1.2.2 Lokale Zeitschriften, insbesondere Stadtteilpresse und Anzeigenblätter	23
1.2.3 Unterhaltende Publikumszeitschriften	26
1.2.4 Fachzeitschriften	30
1.3 Einfluß drucktechnischer Entwicklungen auf das Pressewesen	32
1.3.1 Veränderungen der Drucktechnik	32
1.3.2 Tarifliche Folgen	33
2 Entwicklung der Betriebsergebnisse, Kosten, Umsätze und Preise in einzelnen Bereichen der periodischen Presse	33
2.1 Zeitungen	33

Druck: Bonner Universitäts-Buchdruckerei, 5300 Bonn
Alleinvertrieb: Verlag Dr. Hans Heger, Postfach 20 08 21, Herderstraße 56,

		Seite
2.1.1	Langfristige Entwicklung der Betriebsergebnisse, Kosten und Umsätze in der Abonnementstagespresse	33
2.1.2	Auflagenabhängige Kostenstrukturunterschiede	38
2.1.3	Zustellkosten	39
2.1.4	Anzeigenerlösanteile, Auflagenhöhe und Seitenumfang	41
2.1.5	Entwicklung der Vertriebs- und der Anzeigenpreise	43
2.2	Zeitschriftenpresse	44
2.2.1	Unterhaltende Publikumszeitschriften	44
2.2.2	Fachzeitschriften	45
3	Kooperationen in der periodischen Presse	47
3.1	Kooperation im Anzeigengeschäft der Tagespresse	47
3.2	Titelkombinationen im Anzeigengeschäft der unterhaltenden Publikumszeitschriften	48
3.2.1	Kombinationsrabatte für die Belegung mehrerer Titel eines Unternehmens	48
3.2.2	Kombinationen aus Zeitschriftentiteln unterschiedlicher selbständiger Verlage	49
4	Vertrieb von Zeitungen und Zeitschriften	49
4.1	Einzelhandel	49
4.2	Großhandel	49
4.3	Zustellung	49
5	Pressekonzentration und Wettbewerb	50
6	Buchverlagswesen und Buchhandel	52
6.1	Struktur des Buchverlagswesens	52
6.2	Preisentwicklung	54
6.3	Buchgemeinschaften	54
6.4	Verbreitender Buchhandel	55
6.5	Außenhandel mit Gegenständen des Buchhandels	57
6.5.1	Ausfuhr	58
6.5.2	Einfuhr	58
6.5.3	„Unsichtbarer" Außenhandel mit Urheberrechten	58
7	Nachrichtenagenturen	59
7.1	Überblick	59
7.1.1	Nachrichtendienste in deutscher Sprache	59
7.1.2	Nachrichtendienste ausländischer Sprache	60
7.1.3	Bild- und Filmberichterstattung	61
7.1.4	Spezialisierte Agenturen	61
7.2	Entwicklung und Struktur der deutschsprachigen Nachrichtenagenturdienste	61
7.2.1	Deutsche Presse Agentur GmbH (dpa)	61
7.2.2	United Press International (UPI)	61
7.2.3	The Associated Press (AP)	62
7.2.4	Agence France Press (AFP)	62
7.2.5	Deutscher Depeschendienst GmbH (ddp)	62
7.2.6	Reuter (rtr)	62

Gemäß Beschluß des Deutschen Bundestages vom 12. März 1976 — Drucksache 7/4770 — zugeleitet mit Schreiben des Bundeskanzlers — 14 (13) — 260 00 — Me 14/78 — vom 9. November 1978.

Der Bericht ist vom Bundesminister des Innern, vom Bundesminister für Wirtschaft und vom Presse- und Informationsamt der Bundesregierung gemeinsam erstellt worden.

Seite

7.3 Betriebskapazitäten und Leistungen 62
7.3.1 Deutsche Nachrichtenagenturen 62
7.3.2 Weltagenturen 63
7.4 Medienpolitische Aspekte der Wettbewerbssituation 63

8 Wettbewerbsbezogene und preisrechtliche Maßnahmen des Staates 63
8.1 Pressefusionskontrolle 63
8.1.1 Gesetzliche Grundlage 63
8.1.2 Aufgegriffene Fusionsfälle 63
8.2 Untersuchung der Beteiligungsverhältnisse bei Presseunternehmen 64
8.3 Wettbewerbsrechtliche Prüfungen zum Vertrieb von Zeitungen und Zeitschriften 64
8.4 Preisbildung bei öffentlichen Aufträgen über Schulbücher 64

9 Wirtschaftliche Hilfen 65
9.1 ERP-Kredite 65
9.2 KW-Kredite 65
9.3 Zinszuschüsse 66
9.4 Gebührenvergünstigungen 66

II. Pressefreiheit 67

1 Pressevielfalt 67
1.1 Allgemeine Pressevielfalt 67
1.2 Eingeschränkte Vielfalt bei der regionalen/lokalen Zeitungspresse und bei Sonntagszeitungen 67
1.3 Grundsätze für die Erhaltung der Pressevielfalt 68

2 Innere Pressefreiheit 68

3 Pressefreiheit und Arbeitskämpfe im Druckereigewerbe 70

III. Gesetzgebung im Pressebereich 71

1 Pressestatistik 71

2 Fusionskontrolle für Presseunternehmen 71

3 Zeugnisverweigerungsrecht der Mitarbeiter von Presse und Rundfunk; Beschlagnahme von Druckwerken 72

4 Strafrechtliche Vorschriften 72
4.1 §§ 165, 200 StGB Bekanntgabe der Verurteilung 72
4.2 § 184 StGB Verbreitung pornographischer Schriften 72
4.3 § 86 Abs. 3 StGB Verbreitung von Propagandamitteln verfassungswidriger Organisationen; hier: Ausnahme von der Strafandrohung § 88 a StGB Verfassungsfeindliche Befürwortung von Straftaten § 130 a StGB Anleitung zu Straftaten 72

5 Zuschuß für die Tätigkeit des Beschwerdeausschusses des Deutschen Presserates 72

6 Gesetz über die Mitbestimmung der Arbeitnehmer (Mitbestimmungsgesetz) 73

7 Pressestiftung 73

Seite

C. Rundfunk (Hörfunk und Fernsehen) ..... 73 bis 96

I. Organisation, rechtliche Entwicklung und Frequenzsituation 73

1 Aufgaben und Organisation 73

1.1 Zuständigkeitsverteilung zwischen Bund und Ländern — Rechtsform des Veranstalters 73

1.2 Organe — Einflußnahme gesellschaftlich relevanter Gruppen 74

2 Personalvertretung, Beteiligungsrechte 75

3 Frequenzsituation und neue Rundfunktechniken 76

3.1 Frequenzsituation 76

3.2 Nutzung des 12 GHz-Bereichs für Satellitenrundfunk 76

3.3 Nutzung des 12 GHz-Bereichs für terrestrischen Rundfunk 77

3.4 Kabelrundfunk 77

II. Wirtschaftliche Entwicklung 78

1 Rundfunkgebühren 78

2 Aufwands- und Ertragsentwicklung 80

III. Rundfunkprogramme 85

1 Hörfunk 85

1.1 Programmangebot 85

1.2 Neue Trends in der Programmentwicklung 85

1.3 Verkehrsrundfunk 86

2 Fernsehen 86

2.1 Neue Programmstruktur des Deutschen Fernsehens/ARD 86

2.2 Neue ZDF-Programmstruktur 87

2.3 Dritte Fernsehprogramme 87

IV. Besondere Bildungsprogramme im Rundfunk 88

1 Übergreifende Zusammenarbeit 88

1.1 Gemischte Kommission 88

1.2 Gesprächskreis Medienverbund 89

1.3 Zuwendungen aus Bundesmitteln für Modellversuche 89

2 Schulfunk, Schulfernsehen 89

2.1 Schulfunk 89

2.1.1 Zielgruppen 89

2.1.2 Sendezeiten 89

2.1.3 Fächer im Rahmen der Lehrpläne 89

2.1.4 Sendungen unabhängig vom Lehrplan 90

2.2 Schulfernsehen 90

2.2.1 Zielgruppen und Fächer 90

2.2.2 Sendezeiten 90

2.3 Gemeinsame Probleme von Schulfunk und Schulfernsehen 90

2.3.1 Finanzsituation 90

2.3.2 Zusammenarbeit mit Schulen und Erziehungsbehörden 91

2.3.3 Begleitmaterial 92

2.3.4 Regelung der Mitschnitte 92

Seite

3 Telekolleg ... 92

4 Fernstudium im Medienverbund ... 93

4.1 Funkkolleg (Fernstudium im Verbund mit dem Hörfunk) ... 93

4.2 „Versuch für das Fernstudium im Medienverbund" (FIM-Versuch) 94

4.3 Fernuniversität Hagen ... 95

5 Modellversuche zum Medienverbundangebot für Erwachsene mit Unterstützung des BMBW ... 95

5.1 „Soziales Lernen im Medienverbund" ... 95

5.2 „Erziehen ist nicht kinderleicht" ... 95

5.3 „Medienverbund Englisch" ... 95

D. Neue Kommunikationstechnologien ... 96 bis 101

I. Medienpolitisch bedeutsame technische Entwicklungen ... 96

1 Diskussion über Veränderungen der Medienstruktur ... 96

2 Pilotprojekte für Breitband-Kabelkommunikation ... 97

II. Neue Textkommunikationsformen ... 98

1 Bildschirmtext ... 98

2 Videotext ... 100

3 Kabeltext ... 100

III. Rechtliche Einordnung der neuen Kommunikationstechnologien ... 100

E. Allgemeine Medienfragen ... 101 bis 115

I. Mediennutzung ... 101

II. Forschungsaufträge der Bundesregierung ... 107

1 Kommunikatorforschung ... 108

2 Medienstruktur und -angebot ... 109

3 Medieninhalte ... 111

4 Nutzung und Wirkung ... 112

5 Wirtschaft und Wettbewerb ... 112

6 Rechtliche und politische Fragen ... 113

F. Journalisten und freie Mitarbeiter ... 115 bis 125

I. Angestellte Journalisten ... 115

1 Arbeitsmarkt ... 115

2 Aus- und Weiterbildung ... 117

2.1 Aus- und Weiterbildungsmaßnahmen (mit-)getragen von Bund und Ländern ... 117

2.2 Maßnahmen in Trägerschaft der Rundfunkanstalten ... 118

3 Alterssicherung ... 118

3.1 Grundsatzregelung ... 118

Seite

3.2 Zusätzliche Versorgungseinrichtungen 118
3.2.1 Versorgungseinrichtung der Presse 119
3.2.2 Zusätzliche Einrichtung bei Rundfunkanstalten 119
3.2.3 Versorgung bei Pressestellen und ähnlichen Einrichtungen 120
3.3 Bedeutung des Betriebsrentengesetzes für die Journalisten 120
3.4 Gegenseitigkeit der Anrechnung von Versorgungsanwartschaften 120
3.5 Regelungen zur vorgezogenen Altersrente in öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten 120
3.6 Auswirkungen von Befreiungsvorschriften zur gesetzlichen Rentenversicherung 121
3.7 Vergleich der verschiedenen Versorgungsregelungen für Journalisten 121
3.8 Einfluß der Regelungen über die Altersversicherung auf die Arbeitsplatzmobilität 121
3.9 Möglichkeiten einer Zusammenführung 121

II. Freie Mitarbeiter 122

1 Freie Mitarbeiter bei Rundfunkanstalten 122
1.1 Trend zur Festanstellung der „Freien Mitarbeiter" infolge der Rechtsprechung 122
1.2 Wirtschaftliche und soziale Lage 123
1.3 Versicherungsschutz 123
1.4 Tarifvertragliche Regelungen auch für „Freie Mitarbeiter" 123
1.5 Überblick über derzeitige tarifvertragliche Regelungen 124

2 Freie Mitarbeiter bei der Presse 125

G. Medienpolitische Fragen im internationalen Bereich 126 bis 128

I. Allgemein 126

II. Medienpolitische Fragen einzelner internationaler Konferenzen 126

1 UNESCO 126
1.1 Neue Informationsordnung 126
1.2 Freier, grenzüberschreitender Informationsfluß 127
1.3 Besser ausgewogener Austausch von Nachrichten (Nord/Süd-Gefälle) 127
1.4 Förderungsmöglichkeiten für die Entwicklungsländer 127
1.5 UNESCO-Dokumentationszentrum für Kommunikationsforschung im deutschsprachigen Raum 127

2 Europarat 127

H. Ausblick 128 bis 129

Bericht der Bundesregierung über die Lage von Presse und Rundfunk in der Bundesrepublik Deutschland (1978) — Medienbericht —

Zusammenfassung

1 **Bericht/Seite**

Der Bericht knüpft zeitlich an den Bericht vom 15. Mai 1974 (Drucksache 7/2104) an. Er stellt die Schwerpunkte dar, bei denen die wesentlichen Veränderungen im Bereich der Massenmedien oder neue Einschätzungen und Wertungen zur Kenntnis gebracht werden sollen und bezieht hierbei einige weitere Bereiche — Nachrichtenagenturen, Buchverlagswesen, neue elektronische Testkommunikationsformen — in die Berichterstattung ein; von einer Einbeziehung des Films und der Audiovision ist abgesehen worden, ohne daß hiermit eine Wertung einzelner Massenmedien beabsichtigt wäre. Hinsichtlich des Films wird auf die Begründung zum Entwurf der Neufassung des Filmförderungsgesetzes verwiesen. Verschiedene Detailfragen werden in anderen Darstellungen der Bundesregierung, des Bundeskartellamtes und der Monopolkommission behandelt. **1 bis 2**

Erstmalig sind der Analyse zur Entwicklung der periodischen Presse auch amtliche Zahlen aus der ersten Pressestatistik des Bundes zugrunde gelegt worden.

2

Die wirtschaftliche Entwicklung der *periodischen Presse* im Berichtszeitraum läßt sich wie folgt kennzeichnen: **2 bis 67**

2.1 Tageszeitungen

2.1.1

Nach Einschätzung der Bundesregierung hat sich die *wirtschaftliche Lage* der Tageszeitungen nach Überwindung der Anzeigenumsatzrückgänge der Jahre 1973/74 insgesamt konsolidiert. Der anschließende Aufschwung der Zeitungskonjunktur hob sich deutlicher von der allgemeinen Konjunkturentwicklung ab als nach der Rezession von 1967. Die Besserung der Betriebsergebnisse wurde zunächst in starkem Maße von Preisanhebungen (vor allem im Vertriebsgeschäft) und von Kosteneinsparungen (Seitenumfangreduzierungen, Personalabbau) getragen; seit 1976 dominierten jedoch als ergebnisverbessernder Faktor wieder wachsende Anzeigenerlöse. **33 bis 38**

2.1.2

Diese wirtschaftliche Entwicklung ist von weitreichenden *technischen Innovationen* begleitet. So vollzieht sich im Bereich der Satzherstellung ein erheblicher Wandel. Der traditionelle Bleisatz wird in zunehmendem Maße durch den Foto-(Licht-)satz verdrängt. Durch Umstellung auf neue Verfahren kann wesentlich rationeller gesetzt und durch gleichzeitige Verwendung der elektronischen Datenverarbeitung eine weitere beträchtliche Produktivitätssteigerung erreicht werden. Das vielfältige Angebot an derartigen technischen Mitteln erlaubt inzwischen auch kleinen Unternehmen die erforderlichen Umstellungen. Diesen Vorteilen stehen allerdings auch Probleme und Risiken gegenüber, insbesondere durch Entstehung von Überkapazitäten, durch Freisetzung von Arbeitskräften und Veränderung von Berufsbildern. Hiervon bleibt auch die redaktionelle Arbeit nicht unberührt. **32 bis 33**

Die strukturellen Veränderungen werden, wie die wiederholten Arbeitskämpfe im Druckereigewerbe im Berichtszeitraum bereits gezeigt haben, entsprechende **70 bis 71**

	Bericht/Seite
sozialpolitische Lösungen erforderlich machen; sie stellen alle Beteiligte vor neue schwierige Aufgaben, die im Einklang mit den Grundsätzen des Artikels 5 GG zu lösen sein werden.	
2.1.3	
Die *Konzentration im Bereich der Tagespresse* hat sich im Berichtszeitraum fortgesetzt:	5 bis 18
Die Zahl der *Verlagsbetriebe,* die sich als Herausgeber von Tageszeitungen bezeichnen, nahm zwischen 1973 und 1976 von 438 Einheiten (mit insgesamt 1 236 redaktionellen Ausgaben) um 35 Einheiten auf 403 Einheiten (mit insgesamt 1 229 redaktionellen Ausgaben) ab. Die Verringerung von 1969 bis 1973 betrug demgegenüber 79 Einheiten (136 redaktionelle Ausgaben). In den letzten Jahren haben allerdings häufiger als ehedem auch Verlage von Zeitungen mit höherer Auflage in nachrangiger Marktposition ihre wirtschaftliche Selbständigkeit verloren. Neue Tageszeitungen konnten sich auf dem Markt nicht durchsetzen.	7 bis 9
Die Zahl der *Vollredaktionen* verringerte sich seit Mai 1974 von 124 auf 119 Ende Juli 1978, was eine deutliche Verlangsamung des Trends zur Verringerung der Anzahl von Vollredaktionen gegenüber früheren Zeiträumen ergibt. Von den 119 Vollredaktionen waren 103 auch in wirtschaftlicher Hinsicht voneinander unabhängig. Rund ein Drittel der Vollredaktionen redigierte im Jahre 1976 die Zeitungsmäntel für etwa drei Viertel der Auflage der Tagespresse.	9 bis 14
Der Anteil der Kreise und kreisfreien Städte, in denen die Einwohnerzahl der Gebietsteile überwiegt, deren Bevölkerung sich nur aus einer Tageszeitung über das aktuelle kleinregionale Geschehen unterrichten kann *(„Ein-Zeitungs-Kreise")*, ist von 38,3 % im Jahre 1973 mit einem Bevölkerungsanteil von 27,6 % auf 45,3 % im Jahre 1976 mit einem Bevölkerungsanteil von 32,7 % angestiegen. 1976 verfügten von den 68 Großstädten in der Bundesrepublik Deutschland 20 nur über eine örtlich berichtende Tageszeitung, 6 über zwei örtlich berichtende Tageszeitungen aus der gleichen Verlagsgruppe und 42 über zwei oder mehr örtlich berichtende Tageszeitungen aus verschiedenen Verlagsgruppen.	14 bis 18
Von 388 Verlagsbetrieben, die im Juli 1976 regionale/lokale Abonnementstageszeitungen herausgaben, befanden sich hinsichtlich der regelmäßigen Berichterstattung über das örtliche Geschehen 124 überwiegend in *Alleinanbieterposition,* 204 überwiegend in Erstanbieterposition (größter Anteil an der relevanten Gesamtauflage) und 60 überwiegend in nachrangiger Position.	51
Der hohe Anteil von Zeitungen mit lokaler/regionaler Alleinanbieterstellung ist für den Fortgang des Konzentrationsprozesses in der Tagespresse von Bedeutung. Die von dem Trend zu größeren Betriebseinheiten besonders bedrohten kleineren Zeitungen befinden sich meist in Alleinanbieterstellung oder in — mit großem Abstand führender — Erststellung und genießen insoweit die Vorteile einer an sich sehr stabilen Marktposition. Diese Stabilität beruht großenteils auf wirtschaftlichen Besonderheiten der Verbundproduktion für unterschiedliche Märkte, die sich in der Tagespresse als Anzeigen/Auflagen-Spirale konkretisieren. Dennoch sind selbst solche Zeitungen einem gezielten langjährigen Verdrängungswettbewerb weitaus größerer Konkurrenten, die im Herstellungsbereich echte Kostenvorteile haben können, keineswegs immer gewachsen. Mit Konzentrationsvorgängen ist daher auch in Zukunft zu rechnen; der Trend zur größeren Betriebseinheit dürfte sich jedoch angesichts der gefestigten Marktstellungen weiter verlangsamen.	51 bis 52
2.1.4	
Die *wirtschaftliche Größenordnung* der Tagespresse läßt sich nach der Pressestatistik des Bundes für 1975 wie folgt kennzeichnen:	2 bis 3
Die *Verkaufsauflage* der Zeitungspresse betrug 22,7 Millionen Exemplare (IV/1975); davon entfiel ein gutes Viertel auf Straßenverkaufszeitungen. Der im Jahre 1975 erzielte Gesamtumsatz der Zeitungen betrug 5,4 Mrd. DM; davon entfielen ca. 2 Mrd. DM auf den Vertrieb, auf den Umsatz aus Zeitungsanzeigen 3,4 Mrd. DM (= ca. 63 %). Am 31. Dezember 1975 betrug die Anzahl der überwiegend im „Verlagsbereich Zeitung" Beschäftigten 99 288; davon waren 94 927 bei Verlagen mit Umsatzschwerpunkt im Zeitungsgeschäft und 188 bei sonstigen Verlagen tätig. Diese Verlage beschäftigten zusammen 248 tätige Inhaber, 7 274 Redakteure, 500 Volontäre, 2 373 sonstige Redaktionsangehörige, 52 938	

Zusteller und 31 782 sonstige Arbeitnehmer (Technik, Verwaltung, Vertrieb usw.). **Bericht/Seite**

Außerdem wurden im Zeitungsbereich des Verlagsgewerbes 18 442 *Freie Mitarbeiter* ständig mit redaktionellen Aufgaben befaßt. **3**

2.2 Zeitschriften

2.2.1

Im Bereich des *Zeitschriftenwesens* haben sich im Berichtszeitraum keine spektakulären Entwicklungen ergeben. Der Konzentrationsprozeß war weniger ausgeprägt, was sich insbesondere daraus erklärt, daß vor allem im Bereich der Publikumszeitschriften mit hoher Auflage schon in den sechziger Jahren ein hoher Konzentrationsgrad erreicht worden war. Die Angaben über die Zahl der Zeitschriften schwanken. Die Bundespressestatistik weist zum 31. Dezember 1975: 3 838 Zeitschriften (mit einer Verkaufsauflage von insgesamt 118,7 Millionen und einer unentgeltlich abgegebenen Auflage von 70 Millionen Exemplaren pro Nummer) aus. Nach anderen Quellen gibt es rd. 10 000 Zeitschriften (diese einschließlich der Zeitschriften nichtgewerblicher Verlage, welche die Bundespressestatistik nicht erfaßt). **50** **19**

Von den in der Bundespressestatistik erfaßten Zeitschriften waren 2 875 überregional, 963 lokal/regional verbreitet; hierunter befanden sich 590 Publikumszeitschriften, 75 politische Wochenblätter, 205 konfessionelle Zeitschriften, 852 wissenschaftliche Fachzeitschriften, 1 020 andere Fachzeitschriften und 198 Verbandszeitschriften. **21**

2.2.2

Der Gesamtumsatz im Zeitschriftengewerbe, dem insgesamt 955 Unternehmen nach ihrem wirtschaftlichen Schwerpunkt zuzurechnen sind, betrug im Jahre 1975 4,86 Mrd. DM; die Zahl der Beschäftigten insgesamt 28 194, darunter 3 743 Redakteure und 7 870 freie Mitarbeiter im redaktionellen Bereich. **21**

2.2.3

Der Bericht behandelt erstmals die *Fachzeitschriftenpresse* ausführlicher. **30 bis 32**

Die Fachpresse wird in Zukunft in stärkerem Umfang mit neuen Technologien und Informationsträgern konfrontiert werden; dies kann in Teilbereichen zu neuen Wettbewerbsverhältnissen führen. Die Anwendung neuer fachpresserelevanter Kommunikationstechnologien darf jedoch nicht die Primärliteratur wirtschaftlich gefährden. Die Bundesregierung hat mehrfach auf die Bedeutung der Fachpresse hingewiesen und dabei hervorgehoben, daß sich ihr Programm zur Förderung der Information und Dokumentation (IuD) nicht gegen die Fachpresse richten wird, sondern auch dazu beitragen soll, die vorhandene Vielfalt der Fachpresse zu sichern und deren wirtschaftliche Basis zu stärken. **45 bis 46** **129**

2.2.4

Innerhalb der Zeitschriftenpresse haben auch die Anzeigenblätter an Bedeutung gewonnen. 1977 erschienen nach einer Erhebung der Zeitungsverleger 576 Anzeigenblätter, von denen 213 (37 %) in einem Zeitungsverlag herausgegeben wurden oder einem Zeitungsverlag durch Kapitalverflechtung verbunden waren. Ihr Beitrag zur Kommunikation auf lokaler Ebene hat inzwischen beträchtlich zugenommen. Zur publizistischen Bedeutung des redaktionellen Teils gibt es allerdings noch keine einheitliche Einschätzung. **24 bis 26**

2.2.5

Die Zahl und die wirtschaftliche Situation der von Bürgerinitiativen, Parteien oder Verbänden herausgegebenen Publikationen (zum Beispiel „Stadtteilpresse") läßt sich derzeit noch nicht verläßlich bestimmen. **23**

3

Erstmals berichtet die Bundesregierung auch ausführlich über *Buchverlagswesen und Buchhandel*. Der Begriff der „Presse" im Sinne des Artikels 5 Abs. 1 Satz 2 GG umfaßt auch das Buch. Es steht zwar heute nicht im Brennpunkt medien- **52 bis 59**

Bericht/Seite

politischer Entscheidungen, gerät aber in wachsendem Maße in die medienpolitische Erörterung. Dazu haben auch Kooperationen mit dem Rundfunk (publizistische Ergänzungen von Sendereihen), Annäherungen an die Erscheinungsweise der Zeitschriften (periodische Buchreihen) und die Entwicklung des Taschenbuchs (wachsende Zahl der Titel zu tagesaktuellen Themen) beigetragen. So können Bücher kurzlebige Informationen erweitern und zu einem tieferen Verständnis beitragen. In diesem Zusammenhang fallen auch verstärkte Bemühungen von Verlagen und Verbänden, das Buch als Lesestoff mehr als bisher breiten Schichten der Bevölkerung bewußt zu machen.

Die Buchproduktion in der Bundesrepublik Deutschland erreichte im Jahre 1976: 46 763 Titel, darunter 37 628 Erstauflagen; sie ist nach der Anzahl der Titel die drittgrößte der Welt. **53, 59**

4

Schließlich wird erstmals auch über die in der Bundesrepublik Deutschland tätigen *deutschsprachigen Nachrichtenagenturen* berichtet. Im Bundesgebiet herrscht zwischen den Nachrichtenagenturen mehr Wettbewerb als in anderen Ländern. Die relativ hohe Anzahl deutschsprachiger Nachrichtenagenturdienste bieten für eine freie Meinungsbildung gute Voraussetzungen. **59 bis 63**

5

Dem Bild einer durch die Vielzahl unterschiedlicher Presseerzeugnisse gekennzeichneten Auswahlmöglichkeit entspricht das Pressewesen in der Bundesrepublik Deutschland im wesentlichen, sofern man entsprechend Artikel 5 GG einen weiten Pressebegriff zugrunde legt. Dies setzt voraus, daß sämtliche periodischen und auch die nicht periodisch erscheinenden Druckwerke einbezogen und neben den Tageszeitungen auch die vielfältigen Angebote an Zeitschriften aller Art und sogenannten lokalen oder regionalen Periodika mit informatorischem Inhalt — unbeschadet der ihnen eigenen thematischen Beschränkung — berücksichtigt werden. **67**

5.1

Betrachtet man hingegen nur die *Zeitungspresse*, einen für die Meinungsbildung besonders wichtigen Teil der Presse, so entspricht die derzeitige Situation in den zwei bedeutsamen Teilbereichen der *regionalen/lokalen Tagespresse* und der *Sonntagszeitungen* nicht der Vorstellung vom wünschenswerten Wettbewerb auf den Zeitungsmärkten. **67 bis 68**

Regional- und Lokalzeitungen sind häufig innerhalb ihrer Verbreitungsgebiete keiner Konkurrenz gleichartiger selbständiger Zeitungen ausgesetzt; die beiden überregionalen aktuellen Sonntagszeitungen erscheinen im selben Unternehmen.

Ein umfangreicheres Angebot an profilierten unterschiedlichen Meinungsträgern gibt es demgegenüber bei den überregionalen Tageszeitungen und Wochenblättern. Hier vermitteln eine Reihe selbständiger Presseorgane unterschiedlicher politischer Färbung und publizistischer Grundhaltung ein pluralistisches Gesamtbild in Nachrichtengebung und Kommentierung.

5.2

Bei der Beurteilung der Konzentrationsfolgen im Bereich der lokalen Presse kann allerdings nicht unberücksichtigt bleiben, daß sich — wenn auch regional unterschiedlich — eine wachsende Zahl *ergänzender Pressepublikationen* etablieren konnte, die von der Tagespresse unzureichend abgedeckte Informationsbereiche im vorwiegend lokalen und kommunalen Geschehen in Anspruch nehmen oder aufgetretene Informationsbedürfnisse befriedigen wollen. Kirchen-, Vereins- und Parteipresse, sogenannte Bürgerblätter als Informationsträger von Bürgerinitiativen, Stadtteilpresse und Stadtillustrierte, lokale Wochen- und Anzeigenblätter, Schüler- und Jugendschriften, Amts- und Gemeindeblätter enthalten ein vielschichtiges und über soziale und gesellschaftliche Gruppeninformationen nicht selten hinausgehendes Informations- und Meinungsspektrum. **68**

6

Bericht/Seite

Für die *künftige Erhaltung der Pressevielfalt* sollte nach Auffassung der Bundesregierung insbesondere davon ausgegangen werden, daß ein breites Angebot wirtschaftlich und publizistisch leistungsfähiger, voneinander unabhängiger und miteinander im Wettbewerb stehender Informationsträger insgesamt eine größere Informations- und Meinungsvielfalt erwarten läßt und den Freiheitsraum des Bürgers erhöht. Eine Konzentration auf wenige marktbeherrschende Unternehmen hingegen verengt den Spielraum für eine inhaltlich vielgestaltige Presse. Das kann auch durch unternehmensinterne Vorkehrungen zur Sicherung der Vielfalt in einzelnen Presseorganen wegen des fortwirkenden einheitlichen Unternehmensinteresses auf Dauer nicht verhindert, allenfalls unter günstigen wirtschaftlichen Verhältnissen zeitweise aufgeschoben werden. **68**

7

Die im letzten Bericht angekündigten *gesetzgeberischen Vorhaben* sind mit Ausnahme des Presserechtsrahmengesetzes inzwischen verwirklicht worden, so insbesondere das Pressestatistikgesetz vom 1. April 1975, das Dritte Gesetz zur Änderung des Gesetzes gegen Wettbewerbsbeschränkungen vom 28. Juni 1976 mit der darin enthaltenen Fusionskontrolle für Presseunternehmen, das Gesetz über das Zeugnisverweigerungsrecht der Mitarbeiter von Presse und Rundfunk vom 25. Juli 1976 und verschiedene auch presserechtlich relevante Strafrechtsvorschriften. Außerdem trat ein auf Initiative aller drei Fraktionen des Deutschen Bundestages eingebrachtes Gesetz zur Gewährleistung der Unabhängigkeit des vom Deutschen Presserat eingesetzten Beschwerdeausschusses vom 18. August 1976 in Kraft. **71 bis 73**

8

Die Bemühungen zur Regelung der Zusammenarbeit zwischen Verlegern und Redakteuren dauern an. Die Bundesregierung würde einem erfolgreichen Abschluß von Verhandlungen wie bisher den Vorzug vor einer gesetzlichen Regelung geben. **68 bis 70**

Die parallel hierzu verlaufende Entwicklung von einvernehmlichen Redaktionsstatuten zeigt, daß zwar ein Teil der früher in Kraft befindlichen Redaktionsstatute entfallen ist, einige andere aber neu hinzugekommen sind. Die Gesamtzahl dieser Statute hat sich — absolut gesehen — nicht verringert; stagniert jedoch.

9

Neben dem auch im Berichtszeitraum fortgesetzten und erweiterten ERP-Presseprogramm hat die Bundesregierung in ihren am 30. April 1974 und 9. Juli 1975 beschlossenen *Hilfsmaßnahmen* die Zeitungsverlage in das Sonderprogramm der Kreditanstalt für Wiederaufbau einbezogen und Zinszuschüsse zur Verbilligung von Krediten gewährt. **65 bis 66**

10

Im Bereich des *Rundfunks* ist in jüngerer Zeit, nicht zuletzt auch im Zusammenhang mit der Nutzung neuer Kommunikationstechnologien (Kabelrundfunk, Satellitenrundfunk), die Frage der Zulassung privater Rundfunkveranstalter mit in den Vordergrund der rundfunkpolitischen Diskussion getreten. Auch die Rechtsprechung hatte sich mit diesen Fragen zu befassen. In einem Fall ist der Versuch einer privaten Gesellschaft, gerichtlich eine Rundfunkkonzession durchzusetzen, erfolglos geblieben. In einem anderen Fall hat der Bayerische Verfassungsgerichtshof aufgrund einer Popularklage entschieden, daß die Beschränkung auf öffentlich-rechtliche Trägerschaft beim Betrieb von Rundfunk in Artikel 111 a Abs. 2 Satz 1 der Bayerischen Verfassung rechtlich nicht zu beanstanden sei. **73 bis 74**

Der Bundeskanzler hat in der Regierungserklärung vom 16. Dezember 1976 betont, daß die Bundesregierung ebenso wie sie einerseits für den privatrechtlichen Charakter der Presse eintritt, andererseits auch am öffentlich-rechtlichen Charakter des Rundfunks festhält. **67**

11 **Bericht/Seite**

Die Diskussion darüber, ob die jeweilige Zusammensetzung der *Aufsichtsorgane der Rundfunkanstalten* und deren Effizienz den vom Bundesverfassungsgericht in seinem Fernsehurteil vom 28. Februar 1961 aufgestellten Grundsätzen entsprechen, hat im Berichtszeitraum an Heftigkeit zugenommen. Insbesondere wird kritisiert, die politischen Parteien hätten ihren Einfluß übermäßig ausgeweitet. Fragen der Zusammensetzung, der Kompetenz und der Einflußnahme der Aufsichtsorgane der Anstalten sind vor allem beim Norddeutschen Rundfunk (NDR) von verschiedenen Seiten aufgegriffen und gerichtlichen Entscheidungen zugeführt worden. Im übrigen hat die Schleswig-Holsteinische Landesregierung am 8. Juni 1978 den NDR-Staatsvertrag zum 31. Dezember 1980 gekündigt. **74 bis 75**

12

Die Regelungen über die Mitgliedschaft oder Entsendung von Mitgliedern der *Personalvertretung* in die Rundfunk- bzw. Verwaltungsräte der Rundfunkanstalten sowie besondere Formen der Beteiligung von Mitarbeitern an der Programmgestaltung sind fortentwickelt worden; dies sowohl durch die Änderung von Landes-Personalvertretungsgesetzen und durch Änderungen der anstaltsrechtlichen Bestimmungen als auch im Wege von Statuten für die Programm-Mitarbeiter oder von Programm-Grundsätzen. **75 bis 76**

13

Dem Ziel, die Rundfunkversorgung durch eine *Neuverteilung der Frequenzen im internationalen Bereich* zu verbessern, diente die internationale Lang- und Mittelwellen-Funkverwaltungskonferenz 1975 in Genf. Der ab 23. November 1978 einzuführende „Genfer Plan 1975" stellt für die Bundesrepublik Deutschland eine wesentliche Verbesserung gegenüber dem „Kopenhagener Plan 1948" dar. Weitere Möglichkeiten für die Versorgung mit Rundfunkprogrammen zeichnen sich durch die Nutzung des 12-GHz-Bereichs für *Satellitenrundfunk* ab. Auf der 12-GHz-Planungskonferenz der internationalen Fernmeldeunion (WARC 1977, Genf) wurde die für die Versorgung des Bundesgebietes in Frage kommende Satellitenposition festgelegt. Bis zur Realisierung des Satellitenrundfunks muß noch eine Vielzahl von Problemen gelöst werden. **76 bis 77**

14

Neben der drahtlosen gewinnt die *drahtgebundene Rundfunkversorgung* zunehmend an Bedeutung. Die Entscheidung darüber, ob über Kabel zusätzliche Hörfunk- und Fernsehprogramme angeboten werden, liegt nach der Kompetenzverteilung des Grundgesetzes bei den Bundesländern. **77 bis 78**

15

Die *wirtschaftliche Situation der Rundfunkanstalten* in der Bundesrepublik Deutschland ist gekennzeichnet einerseits von einer starken Abschwächung des Zugangs an Hörfunk- und Fernsehteilnehmern, andererseits von einem Ansteigen der betrieblichen Aufwendungen. Die Entwicklung der betrieblichen Aufwendungen wird außer von den Programmkosten maßgeblich von den Personalkosten beeinflußt. Wegen der gesamtwirtschaftlichen Bedeutung von Anhebungen der Rundfunkgebühren unterstreicht die Bundesregierung das Votum der von den Ministerpräsidenten der Länder eingesetzten Kommission zur Ermittlung des Finanzbedarfs der Rundfunkanstalten (KEF), das einer Ausweitung der Personalkosten bei den Rundfunkanstalten auch durch strukturelle Maßnahmen entgegengewirkt werden müsse. Unbeschadet der Notwendigkeit, im Sachbereich sparsamer als in den Jahren hoher Ertragssteigerungen zu wirtschaften, kommt daher nach Auffassung der Bundesregierung der Gestaltung des Personalaufwandes künftig wachsende Bedeutung zu. **78 bis 85**

Die im Berichtszeitraum eingetretene Erhöhung der betrieblichen Aufwendungen soll durch eine Anhebung der Rundfunkgebühr auf 13 DM ab 1. Januar 1979 aufgefangen werden. **78 bis 80**

16 **Bericht/Seite**

Entsprechend einer Entschließung des Deutschen Bundestages vom 12. März 1976 berichtet die Bundesregierung auch ausführlich über *Bildungsrundfunk und Bildungsfernsehen* unter dem besonderen Aspekt der länderübergreifenden Bedeutung des Austausches und der Kooperation auf diesem Gebiet; hierbei werden auch die Ergebnisse von Modellversuchen für das Fernstudium im Medienverbund mitgeteilt. **88 bis 96**

17

Die medienpolitische Diskussion wird in steigendem Maße durch *technische Entwicklungen auf dem Gebiet der Informationsverarbeitung und Kommunikation* beeinflußt. Die Kommission für den Ausbau des technischen Kommunikationssystems (KtK) hat im Telekommunikationsbericht im Januar 1976 Vorschläge zum Ausbau des technischen Kommunikationssystems unterbreitet. **96 bis 97**

Die Bundesregierung sieht in den Entscheidungen über den Ausbau des technischen Kommunikationssystems nicht nur wirtschaftliche, sondern auch politische Weichenstellungen, die für die Bewahrung und Verbesserung von Meinungsvielfalt und Informationsfreiheit in der Bundesrepublik Deutschland bedeutsam sind und die Entwicklung der freiheitlichen Demokratie entscheidend beeinflussen können. Deshalb ist während des gesamten Entscheidungsprozesses darauf zu achten, daß die Informations- und Meinungsvielfalt, die Wettbewerbsfähigkeit und die Unabhängigkeit der publizistischen Medien vom Staat oder einer gesellschaftlichen Gruppe gestärkt werden oder zumindest voll gewahrt bleiben.

Bund und Länder haben daher schon baldmöglichst die medienpolitischen Schlußfolgerungen insbesondere im Hinblick auf die Massenmedien zu ziehen und die erforderlichen Überlegungen im Rahmen einer noch zu schaffenden Gesamtkonzeption anzustellen. Die Bundesregierung läßt sich hierbei von dem Gedanken leiten, daß in der künftigen Entwicklung der Telekommunikation die Chance liegt, die Freiheit der Information und der Meinungsäußerung zu sichern und die publizistische Vielfalt zu vergrößern; dies setzt jedoch voraus, daß die publizistisch und wirtschaftlich ausgewogene Entwicklung zwischen dem öffentlich-rechtlichen Rundfunk und der privatwirtschaftlich strukturierten Presse auch künftig erhalten bleibt und die Presse die Möglichkeit erhält, im Interesse einer unbeeinträchtigten Funktionsfähigkeit an den technischen Innovationen in pressespezifischer Weise teilzuhaben.

Bei dieser Entwicklung müssen neben den Chancen einer erweiterten — auch aktiven — Teilnahme des einzelnen am Kommunikationsprozeß jedoch auch die Risiken des zunehmenden passiven Fernsehkonsums in sozialpsychologischer und familienpolitischer Hinsicht im Auge behalten werden. **98, 107**

Der Bundeskanzler hat bereits in der Regierungserklärung vom 16. Dezember 1976 zum Ausdruck gebracht, daß in Pilotprojekten auch „geeignete Kooperationsformen zwischen Fernsehen und Presse erprobt und entwickelt werden" sollten.

18

Insbesondere muß auch die rechtliche Einordnung der *neuen Textkommunikationsformen* Bildschirmtext, Videotext und Kabeltext zwischen Bund und Ländern noch erörtert werden. Die Bundesregierung hält Bildschirmtext im Gegensatz zur Ländermeinung nicht für Rundfunk im Sinne der Definition des Rundfunkbegriffs in Artikel 1 des Staatsvertrages der Länder über die Regelung des Rundfunkgebührenwesens vom 5. Dezember 1974; sie erachtet es als eine wichtige Aufgabe, die Zuordnung der neuen Kommunikationsformen mit publizistisch relevanten Inhalten zu den kommunikationsrechtlichen Aussagen des Grundgesetzes zu klären. **100 bis 101**

19

Die Bundesregierung hat im Berichtszeitraum ihre *Medienforschung* durch Vergabe einer Reihe von Gutachten fortgesetzt. Die in Auftrag gegebenen Studien **107 bis 115**

Bericht/Seite

hatten ihren Schwerpunkt in den Medienbereichen Kommunikatorforschung (10), Medienstruktur und -angebot (11), Medieninhalte (3), Nutzung und Wirkung (4), Wirtschaft und Wettbewerb (6), rechtliche und politische Fragen (11). Die Gutachten dienten der weiteren Klärung medienpolitisch relevanter Fragen, über die bisher noch keine genügenden Erkenntnisse vorlagen.

20

Hinsichtlich der *Journalisten und freien Mitarbeiter* haben sich im Berichtszeitraum wiederum Lage und Aussichten in den Bereichen Arbeitsmarkt, Aus- und Weiterbildung sowie Alterssicherung hauptsächlich als erörterungsbedürftig erwiesen. **115 bis 125**

20.1

Wegen der Vielfältigkeit der *journalistischen Arbeitsplätze* ist die Aussagefähigkeit der Arbeitslosenzahlen nur von geringer Transparenz. Erhebungen (1975) stellten gegenüber der Gesamtheit der Berufstätigen bei Journalisten eine unterdurchschnittliche Arbeitslosenquote fest. Konzentrationsvorgänge waren bei ca. 25 % Ursache der Arbeitslosigkeit, persönliche Gründe bei 39 %, Kündigungen durch den Arbeitnehmer selbst in weiteren 25 % ausschlaggebend. Ein Drittel der arbeitslosen Journalisten waren Frauen. **115 bis 117**

20.2

Die Bundesregierung mißt angesichts der Komplexität der Verhältnisse und Entwicklung in nahezu allen Bereichen der Aus- und Weiterbildung der Journalisten trotz des bereits erreichten Ausbildungsstandes besondere Bedeutung zu. Bund und Länder bieten verschiedene Aus- und Weiterbildungsmöglichkeiten an, im universitären Bereich teilweise mit geregelten Studiengängen und Prüfungsabschlüssen. **117 bis 118**

Die Bundesregierung begrüßt die intensive Diskussion über die besten Wege zur Ausbildung des journalistischen Nachwuchses und die Weiterbildung der Redakteure, hält aber das Prinzip des offenen Zugangs zum Journalistenberuf auch weiterhin für wesentlich.

20.3

Neuere Untersuchungen haben gezeigt, daß die *Alterssicherung* der Journalisten als Faktor der inter- und intramediären Mobilität überschätzt worden ist. Vielmehr spielen hier Gesichtspunkte wie Ausbildung, Arbeitsplatzsituation und familiäre Hintergründe eine Rolle. **118 bis 122**

20.4

Eine Verbesserung der Situation *freier Mitarbeiter* ist seit der Einfügung des § 12 a in das Tarifvertragsgesetz durch das Heimarbeitsänderungsgesetz vom 29. Oktober 1974 erreicht worden. Die neue Vorschrift schafft für einen näher bestimmten Kreis von Selbständigen und freiberuflich Tätigen, die als arbeitnehmerähnliche Personen bezeichnet werden, die Möglichkeit zum Abschluß von Tarifverträgen mit der Gegenseite. Inzwischen sind auf dieser Grundlage durch den Abschluß von Tarifverträgen für arbeitnehmerähnliche Personen erhebliche Erfolge erzielt worden. **122 bis 125**

21

Die internationale *Zusammenarbeit im Medienbereich* hat im Berichtszeitraum erheblich an Bedeutung gewonnen. Dabei ist die Kommunikations- und Medienpolitik verstärkt zu einem Bereich politischen Denkens und Handelns geworden, der sich aus einer Nebenrolle in verschiedenen klassischen Disziplinen und Ressorts fortschreitend zu einer selbständigen Disziplin und Politik entwickelt. Nationale Medienpolitik ist ohne angemessene Berücksichtigung internationaler **126 bis 128**

Bericht/Seite

Zusammenhänge und technischer und wirtschaftlicher Entwicklungen daher nicht mehr vorstellbar.

Medienpolitische Fragen werden vornehmlich auf den Konferenzen der Vereinten Nationen, der UNESCO, der KSZE-Folgekonferenzen und des Europarates behandelt. Der Europarat hat 1976 einen eigenen Ausschuß für Massenmedien errichtet, der demnächst über die Lage von Presse und Rundfunk in den Mitgliedstaaten berichten wird.

Die Bundesregierung tritt gemäß ihrem Verfassungsauftrag aus Artikel 5 GG auf allen diesen Konferenzen nachhaltig für Meinungs- und Informationsfreiheit, für Presse- und Rundfunkfreiheit sowie für einen freien und grenzüberschreitenden Informationsfluß einschließlich freier Arbeitsmöglichkeiten für Journalisten und deren Mitarbeiter ein. Grundlage für ihre Haltung sind auch die Satzung der UNESCO (Artikel 1), die Menschenrechtsdeklaration der Vereinten Nationen (Artikel 19), die Europäische Konvention zum Schutz der Menschenrechte und Grundfreiheiten (Artikel 10) sowie der Pakt über bürgerliche und politische Rechte (Artikel 19).

22

128 bis 129

Die Bundesregierung geht davon aus, daß der *Stellenwert der Medienpolitik* im Rahmen der Gesamtpolitik weiter wachsen wird. Medienpolitik wird künftig eine wichtige politische Aufgabe der Bundesregierung sein.

Die Lösung der Probleme bei den zu erwartenden Veränderungen im Medienbereich wird ein hohes Maß an Kooperationsbereitschaft aller politisch verantwortlichen Kräfte erfordern. Nur Bund und Länder gemeinsam können der Herausforderung durch die neue Technik begegnen. Jegliches medienpolitisches Konzept — sowohl des Bundes wie der Länder — muß fragmentarisch bleiben, wenn es nicht gelingt, die Massenmedien — unbeschadet der jeweiligen gesetzgeberischen Zuständigkeit — in eine Gesamtvorstellung harmonisch einzuordnen.

A. Gegenstand und Aufgabe des Berichts

1. Die Bundesregierung hat zuletzt am 15. Mai 1974 [1]) über die Lage von Presse und Rundfunk in der Bundesrepublik Deutschland berichtet. Der vorliegende Bericht knüpft in seinem Presse- und Rundfunkteil zeitlich an den Bericht von 1974 an. Durch die Aufnahme der wichtigsten Ergebnisse der ersten statistischen Erhebung nach dem Pressestatistikgesetz von 1975 [2]) sind allerdings in den Kapiteln über die periodische Presse Tabellen aus nicht amtlichen Quellen durch amtliches Zahlenmaterial ergänzt worden. Insoweit sind die Zahlen aus dem Bericht 1974 nicht ohne weiteres mit den Zahlen dieses Berichtes zu vergleichen.

   Die Bundesregierung sieht wie bisher davon ab, ein Kompendium aller medienrelevanten Daten und Ergebnisse vorzulegen. Sie sieht die Aufgabe des Berichts vielmehr darin, die Schwerpunkte darzustellen, bei denen wesentliche Veränderungen im Bereich der Massenmedien oder neue Einschätzungen und Wertungen dem Parlament und darüber hinaus auch der Öffentlichkeit zur Kenntnis gebracht werden sollen.

   Die Bundesregierung handelt dabei entsprechend den im Grundgesetz getroffenen Zuständigkeitsregelungen, die die gesetzliche Zuständigkeit und administrative Verantwortlichkeit in wichtigen Teilbereichen der Medien, insbesondere des Rundfunks, den Ländern zuweisen. Unter diesem Vorbehalt berichtet die Bundesregierung entsprechend der Entschließung des Deutschen Bundestages vom 12. März 1976 [3]) in einem eigenen Abschnitt (C. IV „Besondere Bildungsprogramme im Rundfunk") auch über Bildungsrundfunk und Bildungsfernsehen unter dem besonderen Aspekt der länderübergreifenden Bedeutung des Austausches und der Kooperation auf diesem Gebiet; hierbei werden auch die Ergebnisse von Modellversuchen für das Fernstudium im Medienverbund mitgeteilt.

2. Über den Gegenstand der bisherigen Berichte über die Lage von Presse und Rundfunk hinaus werden einige weitere Bereiche in die Berichterstattung einbezogen bzw. vertieft behandelt. Hierbei handelt es sich insbesondere um die Darstellung der Entwicklung

   — der Nachrichtenagenturen einschließlich ihrer Nutzung durch die Medien;

   — des Buchverlagswesens und des sonstigen Buchhandels;

   — auf dem Gebiet der neuen elektronischen Textkommunikationsformen.

   Die Bundesregierung hält gerade die Einbeziehung der elektronischen Textkommunikationsformen — nämlich Bildschirmtext, Videotext und Kabeltext — in einen Bericht über die Lage von Presse und Rundfunk für angezeigt.

3. Von der ursprünglichen Absicht, auch den Film und die Audiovision in die Berichterstattung einzubeziehen, hat die Bundesregierung dagegen Abstand genommen. Dies bedeutet keine irgendwie geartete Bewertung dieser oder anderer in diesem Bericht nicht behandelter Medien. Zum Film kann auf den Entwurf der Bundesregierung zur Neufassung des Filmförderungsgesetzes [4]) sowie auf die Begründung zum Gesetzentwurf verwiesen werden. Einzelheiten zur Lage der Filmwirtschaft können den Erhebungen des Statistischen Bundesamtes für die Jahre von 1973 bis 1975 [5]) sowie dem Gutachten des Deutschen Instituts für Wirtschaftsforschung „Zur Lage und Entwicklung der deutschen Filmwirtschaft" von 1978 [6]) entnommen werden.

   Die Einführung der Audiovision ist entgegen früheren Erwartungen noch nicht so weit fortgeschritten, daß es bereits möglich ist, die künftige Bedeutung aufgrund gesicherter Daten abzuschätzen. Der Bundesregierung erscheint es daher ratsam, zunächst die weitere Entwicklung zu beobachten und sich an der öffentlichen Diskussion erst dann zu beteiligen, wenn medienpolitische Entscheidungen zu treffen sind.

4. Der vorliegende Bericht muß im Kontext mit weiteren Darstellungen, die ebenfalls medienpolitisch von Bedeutung sind, gesehen werden. Es handelt sich dabei um

   — den Erfahrungsbericht der Bundesregierung über die Regelung der Pressefusionskontrolle, um den der Deutsche Bundestag anläßlich der Verabschiedung des 3. Gesetzes zur Ände-

---

[1]) Drucksache 7/2104. Dem Medienbericht 1974 war 1970 der „Zwischenbericht der Bundesregierung über die Lage von Presse und Rundfunk in der Bundesrepublik Deutschland" (Drucksache VI/692) vom 27. April 1970 vorausgegangen.

[2]) BGBl. I S. 777.

[3]) Stenographischer Bericht der 228. Sitzung des 7. Deutschen Bundestages vom 12. März 1976 S. 15923 und Drucksache 7/4770 S. 3.

[4]) Bundesrats-Drucksache 228/78

[5]) Statistisches Bundesamt (Hrsg.): Filmwirtschaft 1973/1974/1975. Stuttgart und Mainz 1976/1977/1978 (=Fachserie Bildung und Kultur/Reihe 6).

[6]) Gutachten für das Bundesministerium für Wirtschaft, veröffentlicht als Burkhard Dreher: Zur Lage und Entwicklung der deutschen Filmwirtschaft. Berlin 1978 (= DIW Sonderheft 126); vgl. auch Bundesministerium für Wirtschaft (Hrsg.): Film und Wirtschaft. Bearbeiter: Eberhard Moths. Bonn 1978 (= Studien-Reihe des Bundesministeriums für Wirtschaft, Nr. 23).

rung des Gesetzes gegen Wettbewerbsbeschränkungen am 12. März 1976 ersucht hat;

— den Bericht der Bundesregierung vom 4. Juli 1977 über Erfahrungen bei der Anwendung des § 12 a des Tarifvertragsgesetzes und den Bericht des Ausschusses für Arbeit und Sozialordnung des Deutschen Bundestages [7]), in denen die durch diese neue Vorschrift bewirkte Änderung der arbeitsrechtlichen und sozialpolitischen Position der arbeitnehmerähnlichen Personen in Presse und Rundfunk dargestellt wird;

— die Vorstellungen der Bundesregierung zum weiteren Ausbau des technischen Kommunikationssystems vom 14. Juli 1976;

— das umfangreiche Tabellenwerk des Statistischen Bundesamtes aufgrund der Erhebungen nach dem Pressestatistikgesetz [8]).

Der Bericht wird in Detailfragen ferner ergänzt durch

— den Bericht des Bundeskartellamtes über seine Tätigkeit im Jahre 1977 sowie über Lage und Entwicklung auf seinem Aufgabengebiet (§ 50 GWB) [9]);

— das Zweite Hauptgutachten der Monopolkommission gemäß § 24 b Abs. 3 und 5 Satz 1 GWB — 1976/77 — zum Thema „Fortschreitende Konzentration bei Großunternehmen" [10]).

[7]) Vgl. Bericht der Bundesregierung über Erfahrungen bei der Anwendung des § 12 a TVG (Artikel II § 1 des Heimarbeitsänderungsgesetzes), BT-Drucksache 8/716 sowie Bericht des 11. Ausschusses zu dem vorgenannten Bericht der Bundesregierung, Drucksache 8/1483.

[8]) Vgl. Pressestatistik 1975. In: „Wirtschaft und Statistik", Jg. 1978/Heft 1, S. 53 bis 55.

[9]) Drucksache 8/1925; vgl. dort S. 73 bis 76: Kulturelle Leistungen (74).

[10]) Vgl. dort Kapitel VII: Konzentration im Pressewesen, S. 499 bis 553 sowie die Zusammenfassung hierzu S. 53 bis 56.

B. Presse

I. Wirtschaftliche Entwicklung

Die Ausführungen über die periodische Presse stützen sich auf die Bundespressestatistik und geben deren wichtigste Resultate aus der Erhebung über das Jahr 1975 wieder [1]). Allerdings war es — schon weil sich die Pressestatistik des Bundes bisher nur auf ein Jahr erstreckt — notwendig, auch nichtamtliche und nur bedingt vergleichbare Statistiken in die Darstellung einzubeziehen.

1 Änderungen sektoraler Strukturen in der periodischen Presse

1.1 Zeitungen

Als Zeitungen im Sinne der Pressestatistik des Bundes gelten alle periodischen Veröffentlichungen, die im allgemeinen mindestens zweimal wöchentlich erscheinen und kontinuierlich aktuelle und thematisch nicht auf bestimmte Stoff- oder Lebensgebiete begrenzte Nachrichten übermitteln, also in der Regel mindestens die Sparten Politik, Wirtschaft, Zeitgeschehen, Kultur, Unterhaltung und Sport umfassen. Periodische Veröffentlichungen, die nur sonntags erscheinen, aber im übrigen die oben bezeichneten Voraussetzungen erfüllen, insbesondere auch dazu dienen, die zwischen Sonnabend und Montag auftretende Lücke an aktuellen gedruckten Nachrichten zu schließen, werden ebenfalls den Zeitungen zugerechnet [2]).

Nach der Bundespressestatistik wurden im Bundesgebiet im Jahre 1975 insgesamt 1 186 *Zeitungen* verlegt, und zwar 375 Haupt- und 811 Nebenausgaben. 333 Hauptausgaben kamen aus Unternehmen, die ihre Umsätze überwiegend im Zeitungsgeschäft erzielten, drei aus sonstigen Verlagen; die übrigen 39 erschienen in Unternehmen, deren wirtschaftlicher Schwerpunkt außerhalb des Verlagsgewerbes (in 34 Fällen im Druckereigewerbe) liegt.

Von den 375 Hauptausgaben stellten 120 den *Zeitungsmantel* (der den allgemeinen politischen Teil des Blattes enthält) vollständig und 44 teilweise in der eigenen Redaktion her; 211 Hauptausgaben übernahmen den Zeitungsmantel vollständig von anderen Redaktionen. 200 Hauptausgaben waren Redaktionsgemeinschaften angeschlossen.

Die *Verkaufsauflage* aller 1 186 Zeitungsausgaben betrug im IV. Quartal 1975 22,70 Millionen Exemplare; davon entfielen 13,05 Millionen (57,5 %) auf Abonnements und 9,65 Millionen (42,5 %) auf den Einzelverkauf. Der Auflagenanteil der mindestens fünfmal wöchentlich erscheinenden Abonnementszeitungen belief sich auf 13,55 Millionen Exemplare; er verteilte sich auf 12,44 Millionen Abonnements- und 1,11 Millionen Einzelverkaufsexemplare (8,2 %). Die übrige Verkaufsauflage von 9,15 Millionen entfiel auf Straßenverkaufszeitungen, aktuelle Sonntagszeitungen und Abonnementszeitungen geringerer Erscheinenshäufigkeit.

[1]) Einen ersten Überblick enthält „Wirtschaft und Statistik", Jg. 1978/Heft 1, S. 53 bis 55, nähere Angaben in Statistisches Bundesamt (Hrsg.): Presse 1975. Stuttgart und Mainz 1978 (= Fachserie 11: Bildung und Kultur/Reihe 5).

[2]) Bei Würdigung der Ergebnisse ist allerdings zu berücksichtigen, daß nicht alle meldenden Verlage bei der Einordnung ihrer Periodika das Kriterium der Aktualität in einheitlicher Weise angewandt haben: Es sind offensichtlich auch Wochenblätter, die nach den Kriterien der Publizistikwissenschaft als Zeitschriften zu gelten hätten, den Zeitungen zugeordnet worden.

Die Anzahl der überwiegend im „Verlagsbereich Zeitung" *Beschäftigten* betrug am 31. Dezember 1975 99 288; davon waren 4 173 bei Unternehmen mit Umsatzschwerpunkt außerhalb des Verlagsgewerbes (meist Druckereien), 94 927 bei Verlagen mit Umsatzschwerpunkt im Zeitungsgeschäft und 188 bei sonstigen Verlagen tätig. Die Verlage der beiden letztgenannten Gruppen beschäftigten zusammen 248 tätige Inhaber, 7 274 Redakteure, 500 Volontäre, 2 373 sonstige Redaktionsangehörige, 52 938 Zusteller und 31 782 sonstige Arbeitnehmer (Technik, Verwaltung, Vertrieb usw.).

Außerdem wurden im Zeitungsbereich des Verlagsgewerbes 18 442 Freie Mitarbeiter ständig mit redaktionellen Aufgaben befaßt.

Der im Jahre 1975 mit dem Vertrieb von Zeitungen aller Art insgesamt erzielte *Umsatz* betrug 1,99 Mrd. DM, der Umsatz aus Zeitungsanzeigen 3,40 Mrd. DM, der Gesamtumsatz in beiden Geschäftszweigen 5,39 Mrd. DM. Bezogen auf das Zeitungsgeschäft betrug der Umsatzanteil des Zeitungsanzeigengeschäfts demnach 63,1 %. Der Gesamtumsatz der ihrem wirtschaftlichen Schwerpunkt nach dem Zeitungsgewerbe angehörenden Zeitungsverlage aus dem Geschäft mit Zeitungen (79,5 %), Zeitschriften (5,8 %), sonstigen eigenen Verlagserzeugnissen (0,7 %), Lohndruckaufträgen (11,1 %) und Anderem (2,9 %) belief sich auf 6,59 Mrd. DM. Dieser Betrag enthält 3,50 Mrd. DM (53,1 %) Anzeigenumsätze.

Welchen *Betriebsgrößenklassen,* nach Jahresumsatz und nach Beschäftigtenanzahl, die 312 erfaßten Zeitungsverlage mit Umsatzschwerpunkt im Zeitungsgeschäft angehörten, ist den Tabellen B 1 und B 2 zu entnehmen [3]). Nicht zuletzt unter dem Aspekt der Pressekonzentration verdient Beachtung, daß rd. 95 % des Gesamtumsatzes der vorerwähnten 312 Zeitungsverlage in 161 Verlagen (51,6 %) mit Jahresumsätzen von 5 Millionen DM und mehr erzielt wurde. Die 10 Zeitungsverlage (3,2 %) in der obersten Umsatzgrößenklasse von 100 Millionen DM Jahresumsatz und mehr erreichten einen Umsatzanteil von 37,7 %.

Laut Bundespressestatistik wurden im Bundesgebiet fünf *fremdsprachige Straßenverkaufszeitungen* mit einer Verkaufsauflage von zusammen rd. 93 500 Exemplaren (IV/75) vertrieben, die sich an türkische und griechische Arbeitnehmer richteten. Eine dieser Zeitungen redigierte ihren „Mantel" vollständig, drei teilweise selbst.

---

[3]) Der aus Tabelle B 1 ablesbare enge Zusammenhang zwischen dem durchschnittlichen *Umsatz pro Beschäftigten* und der Umsatzgrößenklasse des Verlages ist von der Tabellenanordnung, von der Gruppierung nach Umsatzgrößenklassen, beeinflußt. Wie die insoweit wirklichkeitsnähere Tabelle B 2 belegt, ist die Variationsbreite der in den Zeitungsverlagen erzielten Umsätze pro Beschäftigten selbst innerhalb vergleichbarer Betriebsgrößenklassen keineswegs gering: Die vielfältigen Möglichkeiten des Zeitungsverlages, betriebliche Funktionen auf Fremdbetriebe auszugliedern (vgl. B.I.3), lassen im Einzelfall große Abweichungen vom Durchschnitt zu. Als *Fremdbetriebe* werden in der Bundespressestatistik unabhängig von der Unternehmenszugehörigkeit alle rechtlich selbständigen und eigene Jahresabschlüsse erstellenden Betriebe erfaßt, z. B. auch rechtlich selbständige verlagseigene Druckereien.

Tabelle B 1

Betriebsgrößenstruktur und Beschäftigtenzahl der Zeitungsverlage nach dem Jahresumsatz 1975

Jahresumsatz 1975 des Verlages von ... bis unter ... Millionen DM	Anzahl der Verlage		Umsatzanteil der Größenklassen		Beschäftigtenzahl am 31. Dezember 1975 [2]		Umsatz pro Beschäftigten [1]		Verlegte Zeitungen (Hauptausgaben)
	absolut	in %	in Millionen DM	in %	absolut	in %	insgesamt in tausend DM	o/Zusteller in tausend DM	absolut
Unter 0,5	21	*6,7*	6,9	*0,1*	300 (165)	*0,3*	22,9	41,7	21
0,5 bis 1	21	*6,7*	15,9	*0,2*	390 (268)	*0,3*	40,8	59,4	22
1 bis 2	31	*9,9*	47,1	*0,7*	1 298 (682)	*1,1*	36,3	69,1	31
2 bis 5	78	*25,0*	260,7	*4,0*	6 199 (3 586)	*5,2*	42,1	72,7	78
5 bis 10	43	*13,8*	313,2	*4,8*	7 812 (3 746)	*6,5*	40,1	83,6	46
10 bis 25	55	*17,6*	820,6	*12,5*	20 098 (9 997)	*16,8*	40,8	82,1	59
25 bis 50	33	*10,6*	1 193,3	*18,1*	25 759 (12 486)	*21,5*	46,3	95,6	37
50 bis 100	20	*6,4*	1 446,1	*21,9*	30 014 (15 049)	*25,1*	48,2	96,1	21
100 und mehr	10	*3,2*	2 486,3	*37,7*	27 871 (20 779)	*23,3*	89,2	119,7	18
zusammen ...	312	*100*	6 590,2	*100*	119 741 (66 758)	*100*	55,0	98,7	333

[1]) Aus ungerundeten Zahlen errechnet.
[2]) In Klammern sind die Beschäftigtenzahlen ohne Zusteller angegeben.

Quelle: Bundespressestatistik und eigene Berechnungen; soweit bei Tabellen keine Quellenangabe erfolgt, basieren sie auf eigenen Erhebungen der zuständigen Ressorts der Bundesregierung.

Tabelle B 2

Betriebsgrößenstruktur und Umsatz der Zeitungsverlage nach der Beschäftigtenanzahl am 31. Dezember 1975

Verlage mit bis ... Beschäftigten	Anzahl der Verlage		Anzahl der Beschäftigten [2]) am 31. Dezember 1975		Jahresumsatz 1975				Verlegte Zeitungen (Hauptausgaben) absolut
					insgesamt		pro Beschäftigten [1])		
	absolut	in %	absolut	in %	in Millionen DM	in %	insgesamt in tausend DM	o/Zusteller in tausend DM	
bis 3	4	1,3	9 (9)	0,0	2,4	0,0	271,2	271,2	4
4 bis 9	15	4,8	107 (107)	0,1	27,3	0,4	254,7	254,7	15
10 bis 19	21	6,7	290 (266)	0,2	14,2	0,2	49,0	53,4	22
20 bis 49	54	17,3	1 812 (1 494)	1,5	153,9	2,3	84,9	103,0	54
50 bis 99	43	13,8	3 026 (2 105)	2,5	154,8	2,3	51,1	73,5	43
100 bis 199	57	18,3	8 022 (4 796)	6,7	472,9	7,2	58,9	98,6	60
200 bis 499	53	17,0	17 538 (8 705)	14,6	755,6	11,5	43,1	86,8	58
500 bis 699	17	5,4	10 418 (4 080)	8,7	472,3	7,2	45,3	115,8	18
700 bis 999	11	3,5	9 970 (5 094)	8,3	412,7	6,3	41,4	81,0	12
1 000 bis 1 499	18	5,8	21 296 (10 235)	17,8	1 166,3	17,7	54,8	114,0	21
1 500 bis 2 499	15	4,8	28 318 (14 662)	23,6	1 412,0	21,4	49,9	96,3	17
2 500 und mehr	4	1,3	18 935 (5 590)	15,8	1 545,7	23,5	81,6	276,5	9
zusammen ...	312	100	119 741 (66 758)	100	6 590,2	100	55,0	98,7	333

[1]) Aus ungerundeten Zahlen errechnet.
[2]) In Klammern sind die Beschäftigtenanzahlen ohne Zusteller angegeben.

Quelle: Bundespressestatistik und eigene Berechnungen.

1.1.1 Tagespresse

Den Tageszeitungen werden hier alle Zeitungen zugerechnet, die mindestens zweimal wöchentlich erscheinen und einen aktuellen politischen Teil besitzen. Eckdaten der langfristigen strukturellen Entwicklung in der Tagespresse sind in Tabelle B 3 zusammengefaßt. Danach hat sich auch in den Jahren 1973 bis 1976 der Konzentrationsprozeß in fast allen Bereichen fortgesetzt, jedoch nicht mehr so rasch wie in der Vergleichsperiode 1969 bis 1973.

Zum Wandel der Unternehmens- und Betriebsgrößenstruktur der Tagespresse während der Jahre

Tabelle B 3

Strukturdaten zur Entwicklung der Tagespresse in der Bundesrepublik Deutschland einschließlich des Landes Berlin 1954 bis 1976

	1954 (Dezember)	1964 (November)	1967 (September)	1969 (August)	1973 (Oktober)	1976 (Juli)
Verlagsbetriebe, die Tageszeitungen herausgeben [1]	624	573	535	517	438	403
darunter Straßenverkaufszeitungen	(13)	(12)	(9)	(10)	(8)	(8)
Redaktionelle Ausgaben von Tageszeitungen [2]	1 500	1 495	1 416	1 372	1 236	1 229
darunter Straßenverkaufszeitungen	(18)	(24)	(21)	(.)	(.)	(35)
Vollredaktionen (sog. Publizistische Einheiten [3]	225	183	158	149	131	121 [7]
darunter Straßenverkaufszeitungen	(13)	(12)	(9)	(10)	(8)	(8)
Verkaufsauflagen aller Tageszeitungen in Millionen Exemplaren [4]	13,4	17,3	18,0	18,1	18,6	19,5
darunter Straßenverkaufszeitungen	(2,5)	(5,4)	(5,7)	(5,5)	(5,4)	(6,3)
Leserdichte (Tageszeitungsexemplare je 1 000 Einw.) [5]	344	390	399	399	408	418
Ein-Zeitungs-Kreise [6]						
Anzahl	85	121	145	164	153	156
in % aller Kreise	*15,2*	*21,4*	*25,7*	*29,8*	*38,3*	*45,3*
Wohnbevölkerung der Ein-Zeitungs-Kreise						
in Millionen	4,4	7,3	9,6	12,0	17,0	20,1
in % der Gesamtbevölkerung	*8,5*	*12,5*	*16,1*	*20,0*	*27,6*	*32,7*

[1] Die Zahl der Verlagsbetriebe stimmt weitgehend (zu über 99 %) mit der Zahl der Hauptausgaben überein.
[2] Redaktionelle Ausgaben sind Ausgaben, die sich im Inhalt und/oder Titel voneinander unterscheiden.
[3] Vollredaktionen sind Redaktionen und Redaktionsgemeinschaften, die den allgemeinen politischen Teil einer Zeitung („Zeitungsmantel") im wesentlichen selbst redigieren.
[4] Die Angaben schließen auch die Auflagen der Tageszeitungen ein, die nicht der Informationsgemeinschaft zur Feststellung der Verbreitung von Werbeträgern e. V., Bonn (IVW) angeschlossen sind (Auflageanteil dieser Zeitungen weniger als 1 %).
[5] Wohnbevölkerung über 15 Jahre, seit 1964 ohne ausländische Arbeitnehmer.
[6] Ein-Zeitungs-Kreise sind Kreise und kreisfreie Städte, in denen die Einwohnerzahl der Gebietsteile überwiegt, deren Bevölkerung sich nur aus *einer* Tageszeitung über das aktuelle örtliche Geschehen unterrichten kann.
[7] Zur weiteren Entwicklung bis Juli 1978 vgl. S. 11 und Tabelle B 7 (S. 14).

Quelle: Walter J. Schütz: Zeitungsstatistik. In: Emil Dovifat (Hrsg.): Handbuch der Publizistik, Bd. 3. Berlin 1969, S. 363, und Walter J. Schütz: Die Zeitungsdichte in der Bundesrepublik Deutschland und die Zunahme der Ein-Zeitungs-Kreise seit 1954. In: „Publizistik" 14. Jg. 1969/Heft 3, S. 315 und 322 (Daten für 1954 bis 1969) sowie Fortschreibungen der dort veröffentlichten Zahlen durch den Verfasser (1973); Walter J. Schütz: Die Zeitungsstruktur in der Bundesrepublik Deutschland 1976. In: „Media Perspektiven" Nr. 4/1978, S. 225 bis 245 und (zur Leserdichte) eigene Berechnungen in Verbindung mit Statistisches Bundesamt (Hrsg.): Statistische Jahrbücher für die Bundesrepublik Deutschland. Stuttgart.

1954 bis 1977 läßt sich in Vorwegnahme des Hauptergebnisses aus den Detailaussagen in den Unterabschnitten a bis e [4]) folgendes feststellen: Die ohnehin große Spannweite der in der Tagespresse vorhandenen Betriebsgrößenunterschiede hat seit 1954 durch Ausdehnung der oberen Auflagengrößenklasse weiter zugenommen. Der Trend zu größeren Unternehmens- und Betriebseinheiten hat angehalten. *In den letzten Jahren* haben häufiger als ehedem auch Verlage von Zeitungen höherer Auflagengrößenklassen, die auf ihren Märkten mit noch auflagenstärkeren Zeitungen in besserer Marktposition konfrontiert waren, ihre wirtschaftliche Selbständigkeit verloren [5]). *Langfristig* gesehen sind jedoch vor allem die Gruppenbestände der Auflagengrößenklassen bis zu 40 000 Stück geschrumpft, der Anzahl nach am stärksten (etwa um die Hälfte) die Gruppenbestände der kleinen Zeitungen mit Auflagen bis zu 10 000 Stück. Obwohl die zwischenbetriebliche redaktionelle Kooperation sich vorwiegend in den Betriebsgrößenklassen unter 150 000 Exemplaren Verkaufsauflage abspielt, haben nur die Vollredaktionen höherer Betriebsgrößenklasse gegenüber 1954 ihre *prozentualen* Auflagenanteile und ihre Anzahl erhöht.

Die Zahl der Ein-Zeitungs-Kreise ist zwar infolge neuer Kreisgrenzen niedriger als 1969, der prozentuale Anteil dieser Kreise und der der betroffenen Bevölkerung jedoch gegenüber 1969 um mehr als die Hälfte gestiegen.

Im einzelnen lassen sich die Veränderungen wie folgt beschreiben:

a) Verlagsbetriebe

Die *Zahl der Verlage* (Verlagsbetriebe), die sich lt. Impressum als Tageszeitungsherausgeber bezeichnen, hat sich von 1954 bis 1976 um ein gutes Drittel (35,4 %) verringert. Sie nahm in den Jahren 1973 bis 1976 um 35 auf 403 Einheiten ab. Demgegenüber betrug die Anzahlverringerung im Zeitraum 1969 bis 1973 79 Einheiten.

Seit 1973 ist nur eine Tageszeitung (mit einer Druckauflage von 30 000 Exemplaren) neu herausgebracht worden [6]). Diese ist allerdings bereits nach wenigen Wochen, im Herbst 1976, eingestellt worden. Von den in den Jahren 1954 bis 1973 neu herausgebrachten 18 Zeitungen überstanden 9, darunter 3 mit eigenen Vollredaktionen, die Phase der Markteinführung [7]). Angesichts der festgefügten Zeitungsstrukturen sind die Erfolgsaussichten von Zeitungsneugründungen als minimal einzuschätzen, es sei denn, der Gründer ist bereit und in der Lage, über Jahre hinweg beträchtliche Verluste in Kauf zu nehmen.

Über die — an der Verkaufslage gemessenen — *Betriebsgrößenstruktur* der Tagespresse und ihre Änderung in den Jahren von 1954 bis 1976 unterrichtet Tabelle B 4. Die Feststellungen über den Zeitraum von 1954 bis 1972 im Bericht 1974 [8]) bedürfen nur in wenigen Punkten der Aktualisierung: Von Oktober 1972 bis Juli 1976 stieg die Verkaufsauflage der Tagespresse — vor allem durch Auflagenerhöhung der Straßenverkaufszeitungen — von 18,10 Millionen um rund 8 % auf 19,53 Millionen. Zugleich verringerte sich wie schon bisher in allen Auflagengrößenklassen unter 150 000 der prozentuale Anteil an der Verkaufsauflage der Tagespresse und meistens auch die Zahl der Verlagsbetriebe. Davon war die unterste Größenklasse mit Verkaufsauflagen bis 5 000 wiederum am stärksten betroffen; ihr Bestand sank um fast ein Viertel von 118 auf 89 Betriebe. Im Trend ebenfalls unverändert sind die Wachstumsgewinne der obersten Größenklasse mit Verkaufsauflagen ab 250 000. Hier erhöhte sich die Betriebsanzahl von 7 auf 10 und der Auflagenanteil von 31,7 % auf 37,7 %. Trotz weiterer Erhöhung der Betriebsanzahl von 21 auf 24 hatte erstmals die Größenklasse der Verkaufsauflagen von 150 000 bis 250 000 — bei absolut gestiegener Gesamtauflage der Klasse — eine schwache Reduzierung ihres prozentualen Auflagenanteils um 0,4 Prozentpunkte auf 22,3 % hinzunehmen.

---

[4]) Zur Entwicklung in den Jahren 1954 bis 1972 wird ergänzend auf den Medienbericht 1974, Drucksache 7/2104 S. 7 ff. verwiesen.

[5]) Einzelheiten hierzu im Bericht der Bundesregierung über die Erfahrungen mit der Fusionskontrolle bei Presseunternehmen.

[6]) Vgl. Neue Tageszeitung aus Nördlingen. In: „ZV+ZV", 73. Jg. 1976/Nr. 40, S. 1481 (Stand: 31. Dezember 1977).

[7]) Die letzgenannte Gruppe umfaßt zwei Straßenverkaufszeitungen und eine Parteizeitung. Weitere Einzelheiten in Medienbericht 1974, Drucksache 7/2104 S. 5.

[8]) Medienbericht 1974, Drucksache 7/2104 S. 7 ff.

Tabelle B 4

Änderungen der Betriebsgrößenstruktur in der Tagespresse 1954 bis 1976

Verlagsbetriebe, die Tageszeitungen herausgeben, nach Auflagengrößenklassen von ... bis unter ... Stück	1954 (Dezember)		
	Anzahl		Anteil an der Verkaufsauflage von insgesamt 13,37 Millionen Exemplaren [1]
	absolut	%	in %
1. bis 5 000	277	44,4	5,4
2. 5 000 bis 10 000	116	18,6	6,2
3. 10 000 bis 40 000	143	22,9	21,4
4. 40 000 bis 60 000	22	3,5	7,7
5. 60 000 bis 100 000	23	3,7	13,6
6. 100 000 bis 150 000	16	2,6	13,9
7. 150 000 bis 250 000	13	2,1	17,6
8. 250 000 und mehr	2	0,3	14,2
9. ohne Angaben	12	1,9	—
insgesamt ...	624	100	100

noch Tabelle B 4

Verlagsbetriebe, die Tageszeitungen herausgeben, nach Auflagengrößenklassen von ... bis unter ... Stück	1972 (Oktober)		
	Anzahl		Anteil an der Verkaufsauflage von insgesamt 18,10 Millionen Exemplaren [1]
	absolut	%	in %
1. bis 5 000	118	26,7	1,6
2. 5 000 bis 10 000	95	21,5	3,8
3. 10 000 bis 40 000	131	29,6	14,4
4. 40 000 bis 60 000	22	5,0	6,2
5. 60 000 bis 100 000	21	4,7	9,4
6. 100 000 bis 150 000	15	3,4	10,3
7. 150 000 bis 250 000	21	4,8	22,7
8. 250 000 und mehr	7	1,6	31,7
9. ohne Angaben	12	2,7	—
insgesamt ...	442	100	100

[1]) Die Auflage aller zugehörigen Ausgaben ist eingerechnet. Die eingeschlossene gesamte Verkaufsauflage der Straßenverkaufszeitungen betrug IV/1954: 2,45 Millionen; IV/1964: 5,43 Millionen; III/1967: 5,07 Millionen; III/1972: 5,15 Millionen und III/1976: 6,28 Millionen.

Quelle: Walter J. Schütz: Zeitungsstatistik. In: Emil Dovifat (Hrsg.): Handbuch der Publizistik, Bd. 3. Berlin 1969, S. 363 ff., für das Jahr 1972 (unveröffentlichte) Fortschreibung durch den Verfasser; Walter J. Schütz: Die Zeitungsstruktur in der Bundesrepublik Deutschland 1976. In: „Media Perspektiven", Nr. 4/1978, S. 225 bis 245, sowie eigene Berechnungen.

Tabelle B 4

1964 (November)			1967 September		
Anzahl		Anteil an der Verkaufsauflage von insgesamt 17,32 Millionen Exemplaren [1])	Anzahl		Anteil an der Verkaufsauflage von insgesamt 18,04 Millionen Exemplaren [1])
absolut	%	in %	absolut	%	in %
215	37,5	3,2	173	32,4	2,5
113	19,7	4,5	112	20,9	4,4
142	24,9	16,2	136	25,4	14,8
22	3,8	5,9	22	4,1	5,9
29	5,1	13,6	22	4,1	9,6
18	3,1	13,0	19	3,6	13,1
12	2,1	14,6	15	2,8	17,3
4	0,7	29,0	6	1,1	32,4
18	3,1	—	30	5,6	—
573	100	100	535	100	100

noch Tabelle B 4

1976 (Juli)			Zunahme (+) oder Abnahme (−) Dezember 1954 bis Juli 1976		
Anzahl		Anteil an der Verkaufsauflage von insgesamt 19,53 Millionen Exemplaren [1])	Änderung des Gruppenbestandes absolut	Änderung des Anteils an den Gesamtsummen in Prozentpunkten	
absolut	%	in %		Verlagsbetriebe	Verkaufsauflage
89	22,1	1,2	−188	−22,3	− 4,2
92	22,8	3,5	− 24	+ 4,2	− 2,7
132	32,8	13,6	− 11	+ 9,9	− 7,8
23	5,7	5,8	+ 1	+ 2,2	− 1,9
17	4,2	6,8	− 6	+ 0,5	− 6,8
15	3,7	9,2	− 1	+ 1,1	− 4,7
24	6,0	22,3	+ 11	+ 3,9	+ 4,7
10	2,5	37,7	+ 8	+ 2,2	+23,5
1	0,2	—	− 11	− 1,7	—
403	100	100	−221	—	—

Die *Straßenverkaufszeitungen* haben, insgesamt genommen, erheblich höhere Auflagensteigerungen erzielt als die Abonnementszeitungen. Unter den einzelnen Objekten errang die einzige überregional verbreitete Straßenverkaufszeitung den weitaus größten Auflagenzuwachs (vgl. Tabelle B 5). Seit Dezember 1966 sind insgesamt 4 Straßenverkaufszeitungen eingestellt worden. Zwei davon befanden sich örtlich in nachrangiger Wettbewerbsposition und eine in einer für Straßenverkaufszeitungen sehr niedrigen Auflagengrößenklasse. Zwei von insgesamt drei nach 1954 vorgenommenen Neugründungen, alle durch etablierte Tageszeitungsverlage, haben sich am Markt behaupten und beachtliche Auflagengewinne erzielen können. Zwei Straßenverkaufszeitungen, die im Titel noch fortbestehen, haben ihre wirtschaftliche und redaktionelle Selbständigkeit in den sechziger Jahren durch Zusammenlegung verloren.

Die Gruppe der vorwiegend *überregional verbreiteten Abonnementstageszeitungen* hat bei durchaus unterschiedlicher Entwicklung im einzelnen — langfristig und insgesamt genommen — ebenfalls überproportionale Auflagengewinne erzielt. An der Verkaufsauflage der gesamten Tagespresse von 20,2 Millionen Exemplaren (IV/77) hatte sie einen Anteil von über 0,5 Millionen Exemplaren.

Tabelle B 5

Entwicklung der Verkaufsauflagen der Straßenverkaufszeitungen 1954 bis 1977

in tausend Exemplaren

	IV/1954	IV/1964	IV/1967	IV/1969	IV/1973	IV/1976	IV/1977
„Bild", Hamburg	1 571,1	4 031,3	4 164,7	3 910,8	3 737,4	4 487,5	4 747,3
„Hamburger Morgenpost", Hamburg	208,0	363,4	307,0	285,3	243,8	224,4	234,2
„BZ", Berlin	173,3	323,9	326,7	324,6	305,2	328,0	331,9
„Abendpost", Frankfurt	126,1	85,1	145,5	148,8	131,3	139,3	132,2
„Nachtausgabe", Frankfurt	91,9	95,7					
„Abendzeitung", München [1]	70,7	131,2	221,8	207,0	244,5	249,8	266,7
„8-Uhr-Blatt", Nürnberg [1]	45,6	37,9					
„Mittag"/„Der Mittag", Düsseldorf [2]	(44,7)	126,4	—	—	—	—	—
„Spätausgabe", Düsseldorf	(47,6) [6]						
„Der Abend", Berlin	85,1	70,2	67,1	63,7	65,5	62,8	54,5
„nacht-depesche", Berlin [3]	37,5	49,0	43,2	38,3	—	—	—
„Der Kurier", Berlin [4]	28,0	23,0	—	—	—	—	—
„Pfälzer Abendzeitung"/„5-Uhr-Blatt", Ludwigshafen [5]	13,4	15,4	19,4	20,4	—	—	—
„Express", Köln (Neugründung)	—	82,7	250,6	307,9	395,2	433,3	444,9
„tz", München (Neugründung)	—	—	—	80,7	128,4	155,6	165,6
	2 450,7 (44,7) [6] (47,6)	5 435,2	5 546,0	5 387,5	5 251,3	6 080,7	6 377,3

[1]) Schon 1964 redaktionell verbunden.
[2]) Im September 1967 eingestellt.
[3]) Ende Juni 1972 eingestellt.
[4]) Im Dezember 1966 eingestellt.
[5]) Im Februar 1970 eingestellt.
[6]) Nicht der IVW gemeldet.

Quelle: Auflagenzahlen nach Informationsgemeinschaft zur Feststellung der Verbreitung von Werbeträgern e. V. Bonn (IVW).

b) Redaktionelle Ausgaben

Darunter sind die Zeitungsausgaben zu verstehen, die sich im Inhalt bzw. Titel voneinander unterscheiden. Ihre Zahl hat sich von 1 500 im Dezember 1954 auf 1 229 im Juli 1976 reduziert (vgl. Tabelle B 3). In den letzten Jahren hat sich der Rückgang etwas verlangsamt. Bemerkenswert ist der Anstieg der Ausgabenanzahl bei den Straßenverkaufszeitungen von 18 in 1954 auf 35 in 1976.

c) Vollredaktionen

Als Vollredaktionen (Publizistische Einheiten) werden die Redaktionen bezeichnet, die mindestens den allgemeinen politischen Teil der Zeitung, den sog. Zeitungsmantel, im wesentlichen selbst redigieren. Seit Dezember 1954 hat sich ihre *Anzahl* von damals 225 auf 121 im Juli 1976 annähernd halbiert; zugleich ist die durchschnittliche Auflage je Einheit von rd. 59 400 (1954) auf rd. 161 400 (1976) angestiegen. In letzter Zeit hat sich die Anzahlverringerung verlangsamt: Ende Juli 1978 gab es 119 Vollredaktionen. Eine Übersicht der seit dem 1. Mai 1974 eingetretenen Bestandsänderungen enthält Tabelle B 7. Von den eben erwähnten 119 Vollredaktionen waren nach den verfügbaren Unterlagen 103 auch in wirtschaftlicher Hinsicht voneinander unabhängig, d. h. sie gehörten je unterschiedlichen Unternehmen im Sinne des Kartellrechts an [9]).

[9]) Exakte Angaben über die Beherrschung von Vollredaktionen erfordern eine genaue Kenntnis der Beteiligungsverhältnisse und der sonstigen einflußrelevanten Sachverhalte (vgl. Abschnitt B. I. 8.2). Unterschiedliche Bewertungen des Einzelfalles können zu — relativ geringfügigen — Abweichungen von der obigen Angabe führen.

Die Entwicklung in den einzelnen *Größenklassen* ist näher belegt durch Tabelle B 6. Die darin erstmals gesondert ausgewiesene Auflagengrößenklasse 8 (250 000 und mehr) spiegelt überwiegend die Entwicklung der hochauflagigen Straßenverkaufszeitungen. Im Jahre 1976 redigierte ein gutes Drittel (34,7 %) der Vollredaktionen die Zeitungsmäntel für gut drei Viertel (75,5 %) der gesamten Tagespresseauflage; von diesem Auflagenanteil entfielen rd. 30 Prozentpunkte auf Straßenverkaufszeitungen.

Die im Medienbericht 1974 [10]) analysierte Entwicklung von 1954 bis 1972, die durch Anzahlverringerungen der Vollredaktionen in den Auflagengrößenklassen bis zu 60 000 (− 104) sowie durch Anzahlerhöhungen in den Auflagengrößen ab 150 000 (+ 20) gekennzeichnet ist, hat sich im großen und ganzen auch *in den Jahren 1972 bis 1976* fortgesetzt: Relativ stark war diesmal allerdings auch die Anzahlverringerung der Vollredaktionen in der Auflagengrößenklasse von 60 000 bis 100 000 Exemplaren (− 9). Insgesamt haben sich die Anzahl der Vollredaktionen in den Auflagengrößenklassen bis 100 000 Exemplaren von 79 in 1972 auf 63 in 1976 und die entsprechenden Auflagenanteile von 19,5 % auf 14,7 % verringert. Die hohen Auflagengrößenklassen ab 150 000 Exemplaren konnten, insgesamt genommen, die Anzahl ihrer Vollredaktionen von 38 auf 42 (= + 10,5 %) und den Auflagenanteil von 69,5 % auf 75,5 % (= + 8,6 %) erhöhen.

[10]) Medienbericht 1974, Drucksache 7/2104, S. 14 f.

Tabelle B 6

Entwicklung der Vollredaktionen in der Tagespresse 1954 bis 1976

Tageszeitungs-Vollredaktionen (Publizistische Einheiten) nach Auflagengrößenklassen von ... bis unter ... Stück	1954 (Dezember)		
	Anzahl		Anteil an der Verkaufsauflage von insgesamt 13,37 Millionen Exemplaren
	absolut	in %	in %
1. bis 5 000	17	7,5	0,4
2. 5 000 bis 10 000	21	9,3	1,2
3. 10 000 bis 40 000	83	36,9	13,8
4. 40 000 bis 60 000	36	16,0	13,1
5. 60 000 bis 100 000	33	14,7	19,2
6. 100 000 bis 150 000	17	7,6	15,1
7. 150 000 bis 250 000	15	6,7	20,5
8. 250 000 und mehr	3	1,3	16,7
9. ohne Angabe	—	—	—
insgesamt ...	225	100	100

noch Tabelle B 6

Tageszeitungs-Vollredaktionen (Publizistische Einheiten) nach Auflagengrößenklassen von ... bis unter ... Stück	1972 (Oktober)		
	Anzahl		Anteil an der Verkaufsauflage von insgesamt 18,10 Millionen Exemplaren
	absolut	in %	in %
1. bis 5 000	4	3,0	0,1
2. 5 000 bis 10 000	4	3,0	0,2
3. 10 000 bis 40 000	31	23,3	4,2
4. 40 000 bis 60 000	14	10,5	4,0
5. 60 000 bis 100 000	26	19,6	11,0
6. 100 000 bis 150 000	16	12,0	11,0
7. 150 000 bis 250 000	24	18,0	25,4
8. 250 000 und mehr	14	10,5	44,1
9. ohne Angabe	—	—	—
insgesamt ...	133	100	100

Quelle: Walter J. Schütz: Zeitungsstatistik. In: Emil Dovifat (Hrsg.): Handbuch der Publizistik, Bd. 3. Berlin 1969, S. 363 ff., für das Jahr 1972 (unveröffentlichte) Fortschreibung durch den Verfasser; Walter J. Schütz: Die Zeitungsstruktur in der Bundesrepublik Deutschland 1976. In: „Media Perspektiven" Nr. 4/1978, S. 225 bis 245, sowie eigene Berechnungen.

Tabelle B 6

1964 (November)			1967 (September)		
Anzahl		Anteil an der Verkaufsauflage von insgesamt 17,32 Millionen Exemplaren	Anzahl		Anteil an der Verkaufsauflage von insgesamt 18,10 Millionen Exemplaren
absolut	in %	in %	absolut	in %	in %
5	2,7	0,1	3	1,9	0,0
13	7,1	0,5	9	5,7	0,3
59	32,3	7,4	42	26,6	5,1
25	13,7	6,9	25	15,8	6,7
35	19,1	16,9	24	15,2	10,5
24	13,1	17,7	27	17,1	19,0
14	7,7	16,3	19	12,0	21,2
7	3,8	35,0	8	5,1	37,2
1	0,5	—	1	0,6	—
183	100	100	158	100	100

noch Tabelle B 6

1976 (Juli)			Zunahme (+) oder Abnahme (−) von Dezember 1954 bis Juli 1976		
Anzahl		Anteil an der Verkaufsauflage von insgesamt 19,53 Millionen Exemplaren	Änderung des Gruppenbestandes	Änderung des Anteils an der Gesamtsumme in Prozentpunkten	
absolut	in %	in %	absolut	Vollredaktionen	Verkaufsauflage
1	0,8	0,0	− 16	− 6,7	− 0,4
1	0,8	0,0	− 20	− 8,5	− 1,2
28	23,1	3,8	− 55	−13,8	−10,0
16	13,2	4,2	− 20	− 2,8	− 8,9
17	14,1	6,7	− 16	− 0,6	−12,5
16	13,2	9,8	− 1	+ 5,6	− 5,3
27	22,3	26,9	+ 12	+15,6	+ 6,4
15	12,4	48,6	+ 12	+11,1	+31,9
—	—	—	—	—	—
121	100	100	−104	—	—

Tabelle B 7

Übersicht der seit März 1974 bis 30. Juni 1978 weggefallenen Vollredaktionen [1])

Lfd. Nr.	Titel/Verlagsort	Zeitpunkt	Letzte Verkaufsauflage in tausend Stück	Bemerkungen
1	„NWZ. Neue Württembergische Zeitung", Göppingen	30. Juni 1974	173,0 [1])	Auflösung der Gemeinschaftsredaktion; die beteiligten Zeitungen schließen sich den „Stuttgarter Nachrichten" (Verkaufsauflage 83,3) oder der Gruppe „Südwest Presse", Ulm (24,7) an
2	„Fuldaer Volkszeitung", Fulda	30. Juni 1974	15,2	Erscheinen eingestellt
3	„Langener Zeitung", Langen	1974	5,7	Umstellung auf ein Lokalblatt ohne politischen Teil
4	„Neue Hannoversche", Hannover	10. Februar 1975	rd. 89,0	Redaktioneller Anschluß an die Gruppe „Hannoversche Allgemeine Zeitung" (282,0)
5	„Bergsträßer Anzeiger", Bensheim	11. November 1975	8,0	Redaktioneller Anschluß an „Wetzlarer Neue Zeitung" (56,3)
6	„Norddeutsche Rundschau", Itzehoe	21. September 1976	28,0	Redaktioneller Anschluß an „Schleswig-Holsteinische Landeszeitung", Rendsburg (31,4)
7	Arbeitsgemeinschaft Holsteiner Nachrichten/ „Pinneberger Tageblatt", Pinneberg	Juni 1978	27,0	Redaktioneller Anschluß an Zentralredaktion Norddeutsche Nachrichten/„Bergedorfer Zeitung", Hamburg-Bergedorf (45,2)

[1]) mit Anschlußzeitungen

Quelle: eigene Ermittlungen

d) Gemeinschaftsredaktionen/Redaktionsgemeinschaften

Gegenstand zwischenbetrieblicher redaktioneller Kooperation ist vor allem die Herstellung des sog. Zeitungsmantels, d. h. der Seiten, die den allgemeinen politischen Teil der Zeitung bilden [11]).

Laut Bundespressestatistik redigierten im vierten Quartal 1975 von 320 erfaßten Abonnementstageszeitungen mit einer Erscheinenshäufigkeit von fünfmal wöchentlich oder mehr 99 (30,9 %) ihren Zeitungsmantel vollständig und 35 (10,9 %) teilweise in der eigenen Redaktion; 186 (58,1 %) dieser Zeitungen waren an der redaktionellen Herstellung ihres Zeitungsmantels nicht beteiligt.

Alle acht werktäglich erscheinenden Straßenverkaufszeitungen redigierten ihren Zeitungsmantel selbst.

[11]) Die Entwicklung der redaktionellen Kooperation in den Jahren von 1964 bis 1973 ist im Medienbericht 1974, Drucksache 7/2104 S. 15 ff. dargestellt.

e) Ein-Zeitungs-Kreise

Der Anteil der Kreise und kreisfreien Städte, in denen die Einwohnerzahl der Gebietsteile überwiegt, deren Bevölkerung sich nur aus einer Tageszeitung über das aktuelle kleinregionale Geschehen unterrichten kann, ist von 15,2 % im Jahre 1954 auf 45,3 % im Jahre 1976 angestiegen (vgl. Tabelle B 3). Meistens sind die dafür ursächlichen Einstellungen bzw. Zusammenlegungen von Tageszeitungen (Tageszeitungsausgaben) eine Folge des intramediären Wettbewerbs auf lokal/regional abgegrenzten Märkten (vgl. auch Ziffer B.I.5) oder ein Ergebnis von Gebietsabgrenzungen benachbarter Verlage. Daneben spielen auch rein private Gründe, wie Alter oder Tod des geschäftsführenden Verlegers, eine Rolle (zum Einfluß konjunktureller Faktoren vgl. Abschnitt B.I.2.1.1).

Die flächenmäßige Zunahme der Ein-Zeitungs-Kreise in den Jahren 1964, 1967 und 1976 gegenüber 1954 ist aus dem Schaubild 1 (auf den Seiten 16 und 17), ihre Verteilung auf die Länder nach Anzahl und Bevölkerungsanteilen aus Tabelle B 8 er-

sichtlich. Einen Überblick des Angebots an Tageszeitungen mit regelmäßiger aktueller örtlicher Berichterstattung in den Großstädten (Städten mit mehr als 100 000 Einwohnern) in den Jahren 1967, 1969, 1973 und 1976 enthält die Tabelle B 9. Demnach hat sich die Anzahl der Großstädte mit nur einer örtlich berichtenden Tageszeitung von 5 (8,8 %) in 1967 auf 20 (29,4 %) in 1976 erhöht. Wie die Tabelle B 10 belegt, gab es 1976 in 28 Großstädten keinen Wettbewerb zwischen örtlichen *Abonnements*tageszeitungen verschiedener wirtschaftlich voneinander unabhängiger Verlage.

Tabelle B 8

Zeitungsdichte in der Bundesrepublik Deutschland 1976

Land	Kreise insgesamt	darunter Ein-Zeitungs-Kreise			
		Zahl		Wohnbevölkerung	
		absolut	in %	absolut in tausend	%
Baden-Württemberg	44	18	*40,9*	3 769,3	*41,3*
Bayern	96	50	*52,9*	4 782,9	*44,3*
Berlin	1	—	—	—	—
Bremen	2	1	*50,0*	142,7	*20,0*
Hamburg	1	—	—	—	—
Hessen	30	8	*26,7*	1 463,8	*26,4*
Niedersachsen	58	37	*63,8*	4 310,9	*59,6*
Nordrhein-Westfalen	55	1	*1,8*	290,3	*1,7*
Rheinland-Pfalz	36	28	*77,8*	2 876,4	*78,7*
Saarland	6	5	*83,3*	991,6	*90,7*
Schleswig-Holstein	15	8	*53,3*	1 479,7	*57,3*
Bundesgebiet	344	156	*45,3*	20 108,4	*32,7*

Quelle: Walter J. Schütz: Zeitungsdichte und Zeitungswettbewerb in der Bundesrepublik Deutschland 1976. In: „Publizistik", 23. Jg. 1978/Heft 1—2, S. 63.

Tabelle B 9

Zeitungsdichte in den Großstädten [1]) der Bundesrepublik Deutschland 1967 bis 1976

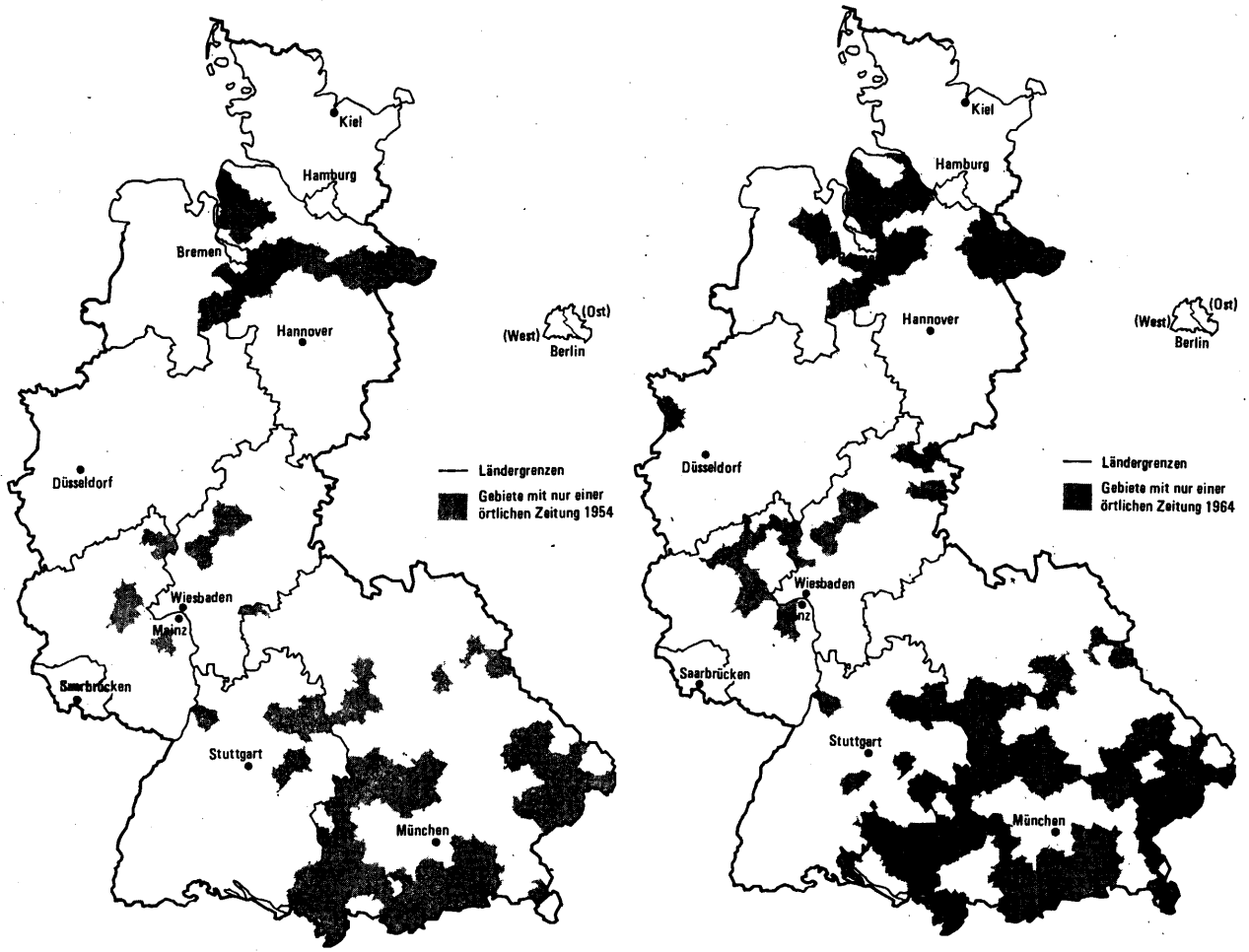
	1967		1969		1973		1976	
	absolut	in %	absolut	in %	absolut	in %	absolut	in %
Anzahl der Großstädte [1]) insgesamt	*57*	*100*	*57*	*100*	62	*100*	68	*100*
davon								
mit einer örtlichen Zeitung	5	*8,8*	11	*19,3*	18	*29,0*	20	*29,4*
mit zwei örtlichen Zeitungen der gleichen Verlagsgruppe	2	*3,5*	1	*1,7*	2	*3,2*	6	*8,8*
mit zwei und mehr örtlichen Zeitungen mindestens zwei verschiedener Verlagsgruppen	50	*87,7*	45	*79,0*	42	*67,8*	42	*61,8*

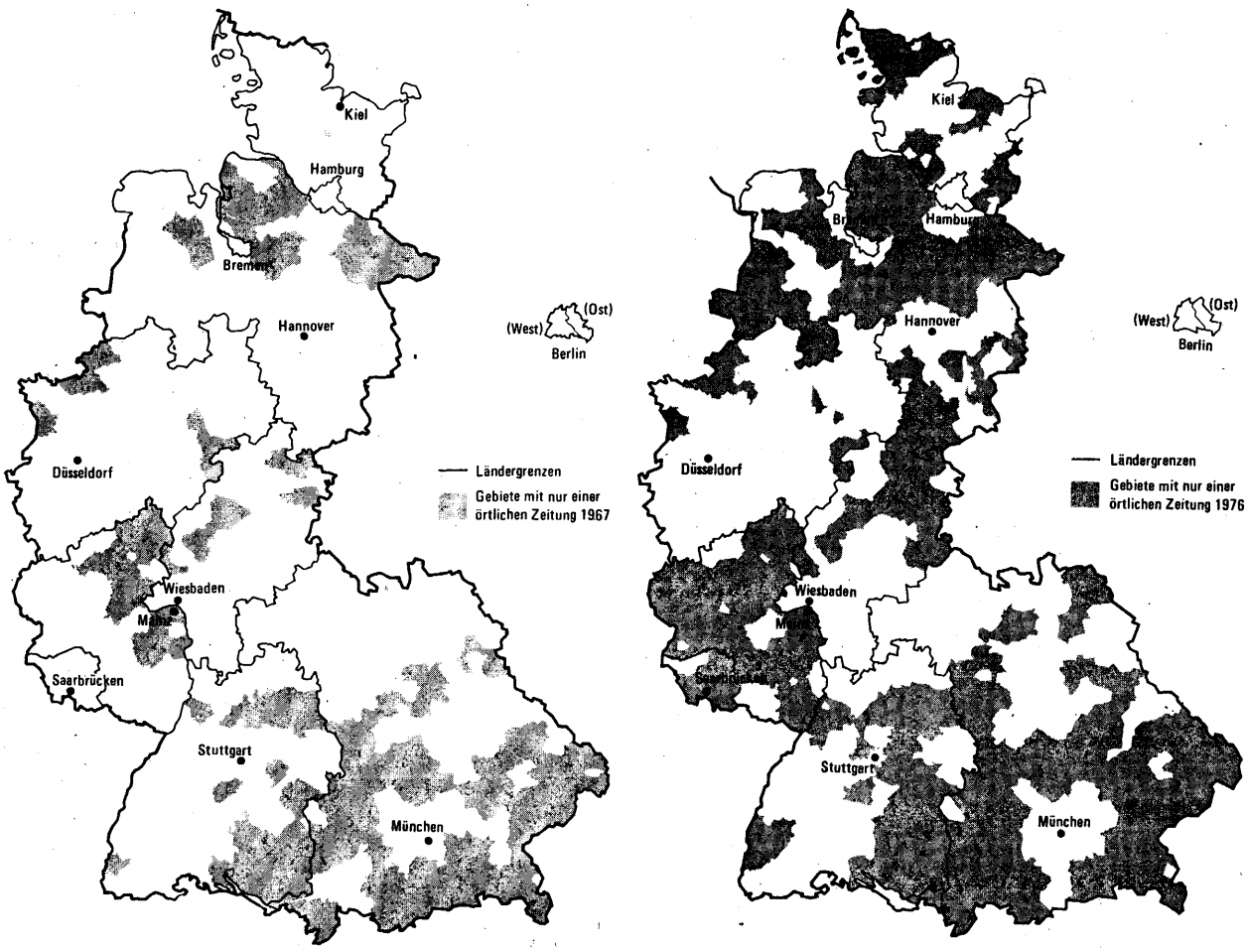
[1]) alle Städte ab 100 000 Einwohner

Quelle: Walter J. Schütz: Die Zeitungsdichte in der Bundesrepublik Deutschland 1967/69 und die Zunahme der Ein-Zeitungs-Kreise seit 1954. In: „Publizistik", 14. Jg. 1969/Heft 3, S. 315 (Fußnote 19), für das Jahr 1973 (unveröffentlichte) Fortschreibung durch den Verfasser; Walter J. Schütz: Zeitungsdichte und Zeitungswettbewerb in der Bundesrepublik Deutschland 1976. In: „Publizistik", 23. Jg. 1978/Heft 1—2, S. 68.

Schaubild 1

Ein-Zeitungs-Kreise in der Bundesrepublik Deutschland [1])





[1]) Schaubild über die Situation in den Jahren 1969 und 1973 in Medienbericht 1974, Drucksache 7/2104 S. 18 f.

Quelle: Walter J. Schütz: Die Zeitungsdichte in der Bundesrepublik Deutschland 1967/1969 und die Zunahme der Ein-Zeitungs-Kreise seit 1954. In: „Publizistik", 14. Jg. 1969/Heft 3, S. 311—323 (Kartenbeilagen 1—3) sowie Walter J. Schütz: Zeitungsdichte und Zeitungswettbewerb in der Bundesrepublik Deutschland 1976. In „Publizistik", 23. Jg. 1978/Heft 1—2, S. 58—74 (Kartenbeilage).

Tabelle B 10

Zeitungsdichte in den Großstädten der Bundesrepublik Deutschland nach Anzahl, Vertriebsform, redaktioneller Unterschiedlichkeit und wirtschaftlicher Selbständigkeit der Tageszeitungen

— Juli 1976 —

	Großstädte (ab 100 000 Einwohner) im Bundesgebiet	absolut	in %
1	mit nur einer örtlichen Abonnementszeitung	20	*29,4*
2.1	mit zwei örtlichen Abonnementszeitungen teilweise gleichen Inhaltes	2	*2,9*
2.2	wie 2.1 und örtliche Straßenverkaufszeitung(en)	2	*2,9*
3.1	mit zwei örtlichen Abonnementszeitungen der gleichen Verlagsgruppe	6	*8,8*
3.2	wie 3.1 und örtliche Straßenverkaufszeitung(en)	2	*2,9*
4.1	mit zwei örtlichen Abonnementszeitungen	17	*25,0*
4.2	wie 4.1 und örtliche Straßenverkaufszeitung(en)	3	*4,4*
5	mit drei örtlichen Abonnementszeitungen, darunter zwei teilweise gleichen Inhaltes	7	*10,3*
6.1	mit drei örtlichen Abonnementszeitungen, darunter zwei der gleichen Verlagsgruppe	4	*5,9*
6.2	wie 6.1 und örtliche Straßenverkaufszeitung(en)	1	*1,5*
7.1	mit drei örtlichen Abonnementszeitungen	2	*2,9*
7.2	wie 7.1 und örtliche Straßenverkaufszeitung(en)	2	*2,9*
	insgesamt	68	*100*

Quelle: Walter J. Schütz: Zeitungsdichte und Zeitungswettbewerb in der Bundesrepublik Deutschland 1976. In: „Publizistik", 23. Jg. 1978/Heft 1—2, S. 68.

1.1.2 Sonntagszeitungen

Die Verkaufsauflagen der beiden überregional verbreiteten Sonntagszeitungen mit tagesaktueller Berichterstattung haben sich im einzelnen unterschiedlich, insgesamt jedoch positiv entwickelt: Von 1973 bis 1977 erhöhte sich die Gesamtauflage um 8,8 % auf 2,84 Millionen Exemplare. Beide — im selben Verlagshaus erscheinenden Blätter — hatten nach 1973 zunächst Auflagenverluste hinzunehmen. Das größere Blatt mit 2,53 Millionen Verkaufsauflage (IV/1977) konnte im Endergebnis einen Zuwachs von rund 250 000 Exemplaren erzielen, wohingegen das kleinere mit ca. 312 000 (IV/1977) noch um rund 20 000 Exemplare unter dem Stand des 4. Quartals 1973 liegt.

Die einzige tagesaktuelle Sonntagszeitung vorwiegend kleinregionaler Verbreitung hat mit 62 600 Exemplaren (im 4. Quartal 1977) gegenüber 1973 gut 10 % ihrer Verkaufsauflage eingebüßt.

1.1.3 Redaktionelle Tageszeitungsbeilagen mit Rundfunkprogrammvorschau (Supplements)

Eine der Tageszeitung beigelegte, wöchentlich erscheinende mehrseitige illustrierte Druckschrift, deren redaktioneller Textteil im Kern aus einer Vorschau auf Programmsendungen des Rundfunks (Hörfunk und Fernsehen) besteht, wird in der Branche als „Supplement" bezeichnet [12]).

Im Jahre 1962 erschien das erste derartige Tageszeitungssupplement in Nürnberg unter der Kurz-

[12]) Vgl. zum folgenden: Karin Wenzlokat: Der Markt der Zeitungssupplements expandiert / Berthold Fischer: Die Positionierung der Supplements im Medienmarkt. In: „ZV+ZV", 74. Jg. 1977, S. 1459—1466 sowie Arbeitsgemeinschaft für Kommunikationsforschung: Materialien zur Medienstruktur und Kommunikationspolitik 1976. Gutachten für das Presse- und Informationsamt der Bundesregierung (unveröff.), S. 43 f. Supplements wie „Zeitmagazin", „Schöner Reisen" u. ä. bleiben hier außer Betracht.

bezeichnung „rtv" (radiotelevision); es wird inzwischen etwa 200 mittleren und kleineren Tageszeitungen beigelegt. Erst im Jahre 1973 wurde ein zweites auflagenstarkes Tageszeitungssupplement auf den Markt gebracht, die von einer Stuttgarter Zeitungsgruppe herausgegebene „IWZ" (Illustrierte Wochenzeitung). Ihr redaktioneller Teil enthält neben der Vorschau auf Rundfunkprogramme auch unterhaltende Beiträge, die sich an die Familie wenden. Einem ähnlichen redaktionellen Konzept folgen die seit 1977 in Düsseldorf erscheinenden Tageszeitungssupplements „BWZ" (Bunte Wochenzeitung) und „prisma". Die „BWZ" ergänzt Tageszeitungen der größten Zeitungsgruppe Nordrhein-Westfalens. Den in der Anzeigen-Cooperation Nordrhein (ACN) zusammengeschlossenen sowie einigen weiteren Abonnementstageszeitungen wird „prisma" beigelegt.

Eine Übersicht über Auflagenhöhe und Seitenumfang des redaktionellen Textteils aller vier Supplements enthält Tabelle B 11.

Insgesamt bedient heute gut die Hälfte aller regionalen Abonnementstageszeitungen ihre Leser mit einem dieser vier Supplements. (Dennoch hatte sich Ende 1977 die Verkaufsauflage der wöchentlichen Rundfunkprogrammzeitschriften gegenüber dem Vorjahr um 0,4 Millionen erhöht.) Die Kooperation zwischen den die Supplements herausbringenden und den sie übernehmenden Verlagen ist in einigen Fällen durch Kapitalverflechtung abgesichert [13]).

1.2. Zeitschriften

Als Zeitschriften im Sinne der Bundespressestatistik gelten alle periodischen Druckwerke mit kontinuierlicher Stoffdarbietung, die mit der Absicht eines zeitlich unbegrenzten Erscheinens mindestens viermal jährlich herausgegeben werden, soweit sie keine Zeitungen sind (vgl. Einleitung des Abschnittes B.1.1).

Die Bundespressestatistik erfaßt zum 31. Dezember 1975 3 838 Zeitschriften [14]). Hiervon wurden 511 Zeitschriften von Unternehmen mit wirtschaftlichem Schwerpunkt außerhalb des Verlagsgewerbes verlegt; auf das Druckereigewerbe entfielen 385 Zeitschriften. 953 Zeitschriften erschienen in Verlagen, die ihrem Umsatzschwerpunkt nach weder den Zeitschriften- noch den Zeitungsverlagen zuzurechnen sind; in aller Regel dürfte es sich hier um Buchverlage handeln. 955 Verlage mit insgesamt 2 248 Zeitschriften hatten ihren wirtschaftlichen Schwerpunkt im Zeitschriftengeschäft; darunter verlegten 569 ausschließlich Zeitschriften (insgesamt 992 Titel).

Die *Verkaufsauflage* pro Erscheinenstag aller 3 838 Zeitschriftentitel betrug im Jahresdurchschnitt 1975 rund 118,69 Millionen Exemplare, darunter 7,40 Mil-

[13]) Vgl. Karl Bringmann: Tageszeitungs-Supplements als Mittel des Leser-Service. In: „ZV+ZV", 75. Jg. 1978/Nr. 2, S. 75—79.

[14]) Das Titelverzeichnis in W. Stamm (Hrsg.): Stamm-Leitfaden durch Presse und Werbung. Essen (jährlich) nennt nach Feststellungen der AfK: Materialien ..., 1976, S. 59, fast 10 000 Zeitschriften. Der Unterschied erklärt sich zu einem wesentlichen Teil daraus, daß die Bundespressestatistik ihrem Zweck entsprechend als Verlage nur Unternehmen zählt (einschl. der körperschaftsteuerpflichtigen Betriebe gewerblicher Art von Körperschaften des öffentlichen Rechts). Vor allem deshalb dürfte z. B. der Stamm-Leitfaden rund 1 500 Amtliche Blätter, die Pressestatistik dagegen nur 108 (ohne unentgeltlich verteilte kommunale Amtsblätter) erfassen. Deshalb besteht auch mit den Zahlen der Informationsgemeinschaft zur Feststellung der Verbreitung von Werbeträgern (IVW), dort wo sie vergleichbar sind, eine weitaus bessere Übereinstimmung. Gleichwohl sind für den Zeitschriftenbereich der Pressestatistik 1975 noch Erfassungslücken anzunehmen.

Tabelle B 11

Auflagenhöhe und Umfang des redaktionellen Textteils der Supplements

Titel	Auflage im III. Quartal 1977 in Millionen Exemplaren	Umfang des redaktionellen Textteils in Seiten	
		Rundfunkprogramm-vorschau	Sonstiges
„rtv"	2,1	9,0	1,7
„prisma"	1,8	10,5	17,4
„IWZ"	1,6	9,3	12,7
„BWZ"	1,3	8,8	19,7
	6,8		

Quelle: IVW sowie Berthold Fischer: Die Positionierung der Supplements im Medienmarkt. In: „ZV+ZV", 74. Jg. 1977/Nr. 38, S. 1465

lionen Auslandsauflage. Der *unentgeltlich abgegebene* Teil der Druckauflagen dieser Titel belief sich auf zusammen 69,97 Millionen. Eine Untergliederung der Auflagen und Titelanzahlen nach Zeitschriftenarten enthält Tabelle B 12.

Wöchentliche und monatliche *Periodizität* ist, gemessen an der Auflage pro Erscheinenstag, sowohl bei den verkauften als auch bei den unentgeltlich abgegebenen Zeitschriften am häufigsten. Einzelheiten hierzu sind der Tabelle B 13 zu entnehmen. Gemessen an der Titelanzahl dominieren allerdings die monatlich (42,4 %) und seltener (28,4 %) erscheinenden Zeitschriften; auf die wöchentlichen Zeitschriften entfällt nur ein Titelanteil von 12,7 %.

Tabelle B 12

Zeitschriftenauflagen pro Nummer im Jahresdurchschnitt 1975 und Titelanzahl nach Zeitschriftenarten

Zeitschriftenart	Verkaufsauflage insgesamt	darunter im Ausland	unentgeltlich abgegebene Auflage	Anzahl der Titel
	in 1 000			
Politische Wochenblätter	1 825	141	670	75
Konfessionelle Zeitschriften	7 867	178	981	205
(unterhaltende) Publikumszeitschriften	65 224	5 792	2 646	590
wissenschaftliche Fachzeitschriften	3 022	361	1 953	852
andere Fachzeitschriften	8 806	416	3 575	1 020
Kundenzeitschriften	6 114	11	27 867	76
Zeitschriften der Verbände	15 547	20	1 010	198
Amtliche Blätter	464	2	68	108
Anzeigenblätter und unentgeltlich verteilte kommunale Amtsblätter	24	—	23 377	198
Sonstige	6 784	381	1 510	247
Mehrfachangaben	3 013	94	6 314	269
insgesamt	118 690	7 397	69 969	3 838

Quelle: Bundespressestatistik

Tabelle B 13

Auflagenanteile der Zeitschriften nach ihrer Erscheinenshäufigkeit in 1975

Erscheinenshäufigkeit (Anzahl der Hefte im Jahr)	Verkaufsauflage		unentgeltlich abgegebene Auflage	
	in Millionen Exemplaren	in %	in Millionen Exemplaren	in %
4 bis 9	27,84	*23,5*	13,91	*19,9*
10 bis 14	37,18	*31,3*	18,67	*26,7*
15 bis 50	13,63	*11,5*	15,22	*21,7*
51 bis 54	39,60	*33,4*	20,09	*28,7*
55 und mehr	0,45	*0,4*	2,08	*3,0*
insgesamt	118,69	*100*	69,97	*100*

Quelle: Bundespressestatistik und eigene Berechnungen

Die *Verbreitung* der erfaßten 3 838 Zeitschriftentitel wurde für 2 875 Titel (74,9 %) als überregional und für 963 (25,1 %) als lokal/regional angegeben.

Nach dem Ergebnis der Bundespressestatistik waren bei gewerblichen Unternehmen am 31. Dezember 1975 insgesamt 28 194 *Beschäftigte* überwiegend im „Verlagsbereich Zeitschriften" tätig, davon: 1 765 bei Unternehmen, die ihren wirtschaftlichen Schwerpunkt außerhalb des Verlagsgewerbes haben, 22 766 bei Zeitschriftenverlagen, 779 bei Zeitungsverlagen und 2 884 bei sonstigen Verlagen. Die Zahl der insgesamt 26 429 Personen, die überwiegend im Zeitschriftenbereich von Unternehmen des Verlagsgewerbes beschäftigt waren, schließt 745 tätige Inhaber, 3 743 Redakteure, 67 Volontäre, 3 292 sonstige Redaktionsangehörige, 2 359 Zusteller und 16 223 sonstige Beschäftigte (Verwaltung, Technik, Vertrieb) ein. Die Anzahl der (ständig redaktionell beschäftigten) freien Mitarbeiter belief sich auf 7 870 Personen.

Der *Gesamtumsatz* der ihrem wirtschaftlichen Schwerpunkt nach dem Zeitschriftengewerbe zuzurechnenden 955 Unternehmen aus dem Geschäft mit Zeitschriften (80,4 %), mit sonstigen Verlagserzeugnissen (8,7 %), aus Druckereibetrieb (6,4 %) und Sonstigem (4,5 %) betrug 4,86 Mrd. DM. Eine Aufgliederung der Zeitschriftenumsätze in 1975 nach Zeitschriftenarten enthält Tabelle B 14.

Die Zeitschriftenpresse umfaßt eine Vielzahl stark unterschiedlicher und nur sehr bedingt vergleichbarer Bereiche. Beschränkt man eine pauschale Betrachtung der *Betriebsgrößen,* wie sie sich nach Umsatzhöhe und Beschäftigtenanzahl der statistisch erfaßten (kleinsten rechtlich selbständigen) Einheiten darstellen, auf die 955 Verlage, deren wirtschaftlicher Schwerpunkt im Zeitschriftengeschäft liegt, so erhält man das in den Tabellen B 15 und B 16 wiedergegebene Bild. Danach ist die Zeitschriftenpresse, insgesamt gesehen, gekennzeichnet durch eine relativ hohe *Anzahl* von Verlagen kleinerer Umsatzgrößenklasse und einen bemerkenswert hohen *Umsatzanteil* der Verlage oberster Umsatzgrößenklasse: 834 der erfaßten 955 Zeitschriftenverlage (87,3 %) hatten in 1975 Jahresumsätze unter 5 Millionen DM, und 5 Verlage (0,5 %) erzielten 45,2 % des Gesamtumsatzes. Der Umsatz pro Beschäftigten und pro verlegte Zeitschrift wächst in der Regel mit der Betriebsgrößenklasse. Die Betriebsgrößenunterschiede sind von den Besonderheiten der einzelnen Zeitschriftenmärkte wesentlich mitbestimmt. Die aus der Aggregation von Umsatz- und Beschäftigtenzahlen unterschiedlicher Märkte gewonnenen Betriebsgrößenrelationen können deshalb nur wenig Anhaltspunkte über die Bedeutung der Betriebsgrößenunterschiede für das Wettbewerbsgeschehen in der Zeitschriftenpresse vermitteln. Die Bedeutung solcher Unterschiede

Tabelle B 14

Zeitschriftenumsätze im Jahr 1975 nach Zeitschriftenarten

Zeitschriftenart	Titelanzahl am 31. Dezember 1975	Zeitschriftenumsatz 1975				
		insgesamt in Millionen DM	Vertriebsumsatz		Anzeigenumsatz	
			in Millionen DM	in %	in Millionen DM	in %
Politische Wochenblätter	75	190,5	90,9	48	99,7	52
Konfessionelle Zeitschriften	205	136,9	122,3	89	14,6	11
(unterhaltende) Publikumszeitschriften	590	2 790,0	1 753,4	63	1 036,6	37
wissenschaftliche Fachzeitschriften	852	428,0	219,1	51	209,0	49
andere Fachzeitschriften	1 020	637,4	244,3	38	393,0	62
Kundenzeitschriften	76	83,9	57,7	69	26,1	31
Verbandszeitschriften	198	121,5	39,5	33	82,0	67
Amtliche Blätter	108	20,6	15,8	77	4,8	23
Anzeigenblätter und unengeltlich verteilte kommunale Amtsblätter	198	147,3	1,8	1	145,5	99
Sonstige	247	96,8	57,2	59	39,6	41
Mehrfachangaben	269	113,0	58,9	52	54,1	48
insgesamt	3 838	4 766,0	2 660,9	56	2 105,1	44

Quelle: Bundespressestatistik und eigene Berechnungen

Tabelle B 15

Betriebsgrößenstruktur und Beschäftigtenzahl der Zeitschriftenverlage nach Jahresumsatz 1975

Jahresumsatz 1975 des Verlages von ... bis unter ... Millionen DM	Anzahl der Verlage		Umsatzanteil der Größenklasse		Beschäftigtenzahl am 31. Dezember 1975		Umsatz pro Beschäftigten [1]	Verlegte Zeitschriften
	absolut	in %	in Millionen DM	in %	absolut	in %	in tausend DM	absolut
unter 0,5	400	*41,9*	78,1	*1,6*	1 418	*4,0*	55,1	497
0,5 bis 1	158	*16,5*	115,2	*2,4*	1 937	*5,5*	59,5	256
1 bis 2	142	*14,9*	195,2	*4,0*	1 993	*5,7*	97,9	291
2 bis 5	134	*14,0*	412,1	*8,5*	3 418	*9,7*	120,6	399
5 bis 10	58	*6,1*	410,2	*8,4*	3 163	*9,0*	129,7	291
10 bis 25	40	*4,2*	597,6	*12,3*	5 237	*14,9*	114,1	241
25 bis 50	11	*1,2*	386,8	*8,0*	2 380	*6,8*	162,5	103
50 bis 100	7	*0,7*	469,4	*9,7*	2 409	*6,8*	194,9	135
100 und mehr	5	*0,5*	2 169,2	*45,2*	13 290	*37,7*	165,3	35
zusammen ...	955	*100*	4 860,7	*100*	35 245	*100*	137,9	2 248

[1]) aus ungerundeten Zahlen errechnet

Quelle: Bundespressestatistik und eigene Berechnungen

Tabelle B 16

Betriebsgrößenstruktur und Umsatz der Zeitschriftenverlage nach der Beschäftigtenanzahl am 31. Dezember 1975

Verlage von ... bis ... Beschäftigten	Anzahl der Verlage		Anzahl der Beschäftigten am 31. Dezember 1975		Jahresumsatz 1975			Verlegte Zeitschriften
					insgesamt		pro Beschäftigten [1]	
	absolut	in %	absolut	in %	in Millionen DM	in %	in tausend DM	absolut
bis 3	271	*28,4*	556	*1,6*	61,7	*1,3*	111,0	341
4 bis 9	294	*30,8*	1 682	*4,8*	212,7	*4,4*	126,5	443
10 bis 19	167	*17,5*	2 207	*6,3*	306,9	*6,3*	139,1	349
20 bis 49	121	*12,7*	3 687	*10,5*	457,3	*9,4*	124,0	403
50 bis 99	49	*5,1*	3 537	*10,0*	467,5	*9,6*	132,2	253
100 bis 199	32	*3,4*	4 534	*12,9*	464,5	*9,6*	102,5	208
200 bis 499	14	*1,5*	4 307	*12,2*	635,9	*13,1*	147,6	190
500 und mehr	7	*0,7*	14 735	*41,8*	2 254,1	*46,4*	153,0	61
zusammen ...	955	*100*	35 245	*100*	4 860,7	*100*	137,9	2 248

[1]) aus ungerundeten Zahlen errechnet

Quelle: Bundespressestatistik und eigene Berechnungen

tritt jedoch bei näherer Eingrenzung der Marktbereiche klarer hervor. Die Vielzahl unterschiedlicher Zeitschriftenmärkte gebietet, sich dabei auf medienpolitisch und wettbewerbpolitisch besonders relevante Bereiche zu beschränken.

1.2.1 Politische Wochenblätter und wöchentlich erscheinende politische Magazine mit überregionaler Verbreitung

Von den im Jahre 1972 durch die Informationsgemeinschaft zur Feststellung der Verbreitung von Werbeträgern (IVW) erfaßten deutschsprachigen politischen Wochenblätter überregionaler Verbreitung hat inzwischen „Die Allgemeine Sonntagszeitung ASZ", Würzburg, die damals noch eine Verkaufsauflage von rd. 4 800 Stück meldete, ihr Erscheinen eingestellt. Zwei weitere Blätter einander entgegengesetzter politischer Richtung sind zwar aus der Auflagenkontrolle der IVW ausgeschieden, erscheinen aber weiter, eine davon als Tageszeitung. Ein parteiverbundenes politisches Wochenblatt mit einer Verkaufsauflage von rd. 53 200 (IV/1977) hat sich der IVW erst innerhalb des Berichtszeitraumes angeschlossen. Die vergleichbaren Verkaufsauflagen der übrigen 10 Blätter sind bei unterschiedlicher Entwicklung im einzelnen in der Summe relativ geringfügig, um weniger als 0,5 %, gesunken auf 1 054 000 im 4. Quartal 1977. Die Spannweite der Auflagengrößenunterschiede dieser 10 Wochenblätter umfaßt den Bereich zwischen rund 20 000 und 360 000 verkauften Exemplaren.

Das einzige politische Wochenmagazin konnte seine Auflage von rund 908 600 (IV/1972) um rund 4 % steigern (IV/1977: 944 900).

Neue Objekte sind im Berichtszeitraum nicht auf den Markt gebracht worden.

1.2.2 Lokale Zeitschriften, insbesondere Stadtteilpresse und Anzeigenblätter

a) Medienabhängige Kommunikation in der Gemeinde

Die publizistischen Ergänzungen der Tagespresse durch Presseerzeugnisse, die nicht täglich erscheinen, aber ortsbezogen berichten, haben in den letzten Jahren an Bedeutung zugenommen.

Nach einer im Auftrag der Bundesregierung vorgenommenen Untersuchung zur Lage lokaler Pressemedien [15]) präsentiert sich die Tageszeitung von ihrer Verbreitung her heute als ein Medium, das Kommunikation in der Regel auf der überörtlichen Ebene des Kreises herstellt. Nur noch etwa jede fünfte Tageszeitung widmet sich der Lakolkommunikation allein einer Gemeinde. Das Gutachten geht davon aus, daß mit wachsender Größe des Gebietes, über dessen lokales Geschehen die Tageszeitung regelmäßig berichtet, deren Lokalberichterstattung an Intensität verliere (zumal dann, wenn dort keine anderen Tageszeitungen lokal berichten). Auch könnten sich für Inserenten, die nur das Publikum eines bestimmten Ortes ansprechen wollen, die Streuverluste wesentlich erhöhen. Die Freiräume, die zwischen dem normalen Kommunikationsfeld der Tageszeitung und der interpersonalen Kommunikation über das Gemeindegeschehen bestehen, werden durch eine Vielzahl anderer Pressemedien ausgefüllt. Diese erscheinen zwar weitaus seltener als (werk-)täglich, sind dafür jedoch eindeutig auf den einzelnen Ort bezogen und haben den Vorteil besonderer Nähe zu den gemeindlichen Ereignissen.

Von 932 untersuchten Gemeinden, das sind rd. 8,6 % aller Gemeinden im Bundesgebiet, besitzen 483 (51,8 %) eigene lokale Medien, geringerer als täglicher Erscheinenshäufigkeit [16]). In 280 (30,0 %) dieser Gemeinden werden Amts- und Gemeindeblätter, in 262 (28,1 %) sonstige nichttagesaktuelle Periodika verbreitet. 430 (46,1 %) der untersuchten Gemeinden veröffentlichen ihre amtlichen Bekanntmachungen nicht in Tageszeitungen, 47 (5 %) finden nach Auskunft der Gemeindeverwaltung in den Tageszeitungen keine regelmäßige Berichterstattung über das örtliche Geschehen, und 24 (2,6 %) entbehren jeder periodischen gedruckten lokalen Kommunikation. In 58 Gemeinden (6,2 %) dienen Anschlagkästen — allerdings überwiegend *neben* Pressedemien — als Mittel lokaler Kommunikation.

b) „Stadtteilzeitungen"

Unter der Sammelbezeichnung „Stadtteilzeitung" werden hier bestimmte Periodika für Stadtviertel, Vororte und Trabantenstädte einschließlich sogenannter Bürgerblätter (häufig Gründungen von Bürgerinitiativen) zusammengefaßt. Anzeigenblätter und andere herkömmliche lokale Wochenblätter sollen hier der Statteilpresse nicht zugerechnet werden.

Stadtteilblätter spezialisieren ihre Berichterstattung auf bestimmte Lokalbereiche; sie haben damit die Chance, Pionierarbeit zur sozialen Integration der Bewohner in das Gemeinwesen zu leisten, tragen aber auch besondere Risiken. Bisher gibt es noch keine Untersuchung, die die Gesamtsituation und insbesondere die wirtschaftlichen Grundlagen der Stadtteilblätter umfassend beschreibt. Es ist jedoch festzustellen, daß nur solche Blätter Entwicklungsaussichten haben, die von vornherein komplementär zur herkömmlichen Tageszeitung angelegt werden. Voraussetzung wirtschaftlicher Unabhängigkeit dürfte erfahrungsgemäß sein, daß sich mindestens etwa ein Fünftel der Haushalte im Verbreitungsgebiet als Abonnenten/Gewohnheitskäufer gewinnen lassen oder daß das Blatt voll aus Anzeigenerlösen finanziert werden kann. Repräsentative Unterlagen über die Kosten- und Ertragsstruktur solcher Blätter liegen der Bundesregierung allerdings nicht vor.

---

[15]) Petra E. Dorsch: Zur Lage der lokalen Pressemedien unterhalb der traditionellen Lokalzeitung. Gutachten für das Bundesministerium des Innern. München 1977 (unveröff.) sowie Petra E. Dorsch: Lokalkommunikation. Ergebnisse und Defizite der Forschung. In: „Publizistik", 23. Jg. 1978 / Heft 3, S. 189—201.

[16]) Diese und die folgenden Zahlenangaben finden sich im Gutachten von Petra E. Dorsch (vgl. Anm. 15), S. 128 ff.

Tabelle B 17

Anzeigenblätter in der Bundesrepublik Deutschland einschließlich Berlin (West)

(zusammengefaßtes Ergebnis einer BDZV-Umfrage, Stand 1977)

Landesverband	Zeitungen mit AB	Zeitungsgebundene AB	Zahl anderer AB	Druckauflage			
				Gesamt	Minimum	Maximum	Durchschnitt
Baden-Württemberg	25	38	—	1 698 570	4 500	310 000	47 183
	—	—	28	1 194 910	5 500	106 000	44 256
Bayern	11	23	—	909 000	8 000	261 000	39 522
	—	—	40	1 539 100	2 500	260 000	40 503
Berlin	1	1	—	119 500	—	—	119 500
	—	—	—	—	—	—	—
Hamburg	2	5	—	543 000	99 000	130 000	109 600
	—	—	58	1 465 800	5 000	71 000	26 175
Hessen	11	20	—	620 131	3 600	138 231	32 638
	—	—	10	749 000*)	92 000*)	462 000*)	249 667
Niedersachsen/Bremen ..	24	33	—	1 082 138	4 400	339 000	32 792
	—	—	42	789 600	700	80 000	20 779
Nordrhein-Westfalen	14	48	—	2 441 400	5 000	235 000	50 863
	—	—	149	5 172 850	2 000	349 250	42 751
Rheinland-Pfalz/Saarland	4	32	—	1 169 600	7 000	144 000	36 550
	—	—	15	473 000	15 000	132 000	33 786
Schleswig-Holstein	7	13	—	407 225	2 500	133 725	31 325
	—	—	18	350 000	8 000	142 000	25 000
Bundesrepublik Deutschland	99	213	—	8 990 564	M: 2 500 ϕ: 16 750	M: 339 000 ϕ: 211 370	42 812
	—	—	363	11 734 260	M: 700 ϕ: 16 338	M: 462 000 ϕ: 200 281	37 731
insgesamt ...	99	576		20 724 824	M: 700 ϕ: 16 544	M: 462 000 ϕ: 205 825	39 779

*) Nur wenige Angaben

Tabelle B 17

Erscheinensweise				Erscheinenstag				Format				mm-Grundpreis in DM		
Sonstige	wöchentlich	14tägig	monatlich	Sonstige	Mittwoch	Donnerstag	Freitag	Berliner	Rheinisch	Nordisch	Sonstige	Minimum	Maximum	Durchschnitt
—	31	4	3	—	—	15	23	8	22	1	6	—,20	4,50	—,94
—	20	4	4	1	—	14	12	11	5	—	11	—,40	2,45	1,01
5	16	1	1	2	5	9	7	9	12	—	2	—,15	3,10	—,71
5	27	5	1	—	2	24	8	14	2	—	16	—,50	4,20	1,—
—	—	1	—	—	—	1	—	1	—	—	—	—	—	2,80
—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—
—	4	—	1	—	1	4	—	5	—	—	—	1,60	2,33	1,89
—	33	7	17	—	3	3	—	5	—	—	1	—,80 *)	1,15 *)	—,96 *)
1	15	—	—	1	1	13	1	7	5	1	6	—,25	1,95	—,81
—	2	—	—	—	—	1	1	2	1	—		1,80 *)	2,90 *)	2,35 *)
5	20	4	4	4	3	19	6	21	1	2	8	—,20	4,30	—,63
1	27	7	7	1	6	13	1	10	—	—	8	—,30	1,50	—,78
3	34	6	5	4	8	27	8	32	12	—	2	—,30	3,—	1,24
20	64	19	37	7	17	46	6	16	25	—	35	—,42	5,20	1,22
—	27	3	2	—	1	22	9	—	29	2	1	—,25	2,12	—,83
—	17	—	—	1	2	14	4	6	3	—	4	—,50	2,20	—,87
—	6	3	4	1	—	11	2	10	2	—	1	—,15	2,55	—,85
2	2	6	4	1 *)	1 *)	2 *)	—	1 *)	—	—	1 *)	—,60 *)	2,15 *)	1,06 *)
14	153	22	20	12	19	121	56	93	83	6	26	M—,15 Ø—,39	M4,50 Ø2,98	—,97
28	192	48	70	11	31	117	32	65	36	—	76	M—30 Ø—,67	M5,20 Ø2,72	1,06
42	345	70	90	23	50	238	89	158	119	6	102	M—,15 Ø—,53	M5,20 Ø2,85	1,01

c) Anzeigenblätter

Auf die Anzeigenblätter ist wegen ihrer in den letzten Jahren stark angewachsenen Bedeutung näher einzugehen. Die Anzeigenblätter sind in gewisser Regelmäßigkeit erscheinende Druckwerke, die unentgeltlich und unaufgefordert den Haushalten in bestimmten — sich meist durch Bevölkerungsdichte und Kaufkraft auszeichnenden — Wohngebieten zugestellt werden. Sie enthalten in jüngerer Zeit fast immer auch redaktionelle Beiträge, die sich in aller Regel auf das örtliche Geschehen beziehen. Insoweit haben sich also Unterschiede zum Erscheinungsbild des vertriebsbetonten lokalen Wochenblatts verwischt.

Anzahl und Auflage der Anzeigenblätter haben seit den sechziger Jahren rasch zugenommen. Für das Jahr 1964 wird nach einer Untersuchung, die im Auftrag der Bundesregierung vorgenommen worden ist [17]), eine Zahl von ungefähr 170 Anzeigenblattausgaben mit einer Auflage von zusammen rund 8 Millionen Exemplaren angenommen. Bis 1974 hatten sich diese Zahlen auf 260 Anzeigenblätter mit insgesamt 320 Ausgaben und etwa 15 Millionen Exemplaren Auflage erhöht [18]).

Das Ergebnis einer im Frühjahr 1977 vorgenommenen Umfrage des Bundesverbandes Deutscher Zeitungsverleger (BDZV) zur Verbreitung von Anzeigenblättern im Bundesgebiet ist in Tabelle B 17 wiedergegeben. Diese Umfrage erfaßte 576 Anzeigenblätter (Titel) mit einer Druckauflage von zusammen 20,7 Millionen Exemplaren pro Erscheinenstag. Die Auflagenhöhe dieser Blätter streute von 700 bis 462 000 Exemplaren. Die Durchschnittsauflage betrug rund 39 800 Exemplare. 213 oder 37 % der erfaßten Anzeigenblätter erschienen entweder in einem Zeitungsverlag oder waren einem Zeitungsverlag durch Kapitalverflechtung verbunden. Ihr Auflagenanteil belief sich auf rund 9 Millionen Exemplare oder 43,4 %. Zur Anzeigenpreisgestaltung wurde in 66 von 102 erhobenen Fällen ein Kombinationstarif zwischen Anzeigenblatt und Tageszeitung angegeben.

Anzeigenblätter der Tageszeitungsverlage dienen häufig der Abwehr anderer Anzeigenblätter. Sie können auch anderen lokalen Blättern den Marktzugang erschweren. In jüngerer Zeit haben sie auch als Mittel im Wettbewerb zwischen Tageszeitungen an Bedeutung gewonnen. Ein Kombinationstarif zwischen Anzeigenblatt und Tageszeitung kann auf einen unzulässigen Behinderungsmißbrauch nach § 22 GWB hinauslaufen, wenn ein Anzeigenblatt von einem bereits marktbeherrschenden Verlag gegen Wettbewerber eingesetzt wird. In solchen Fällen kann ferner ein Verstoß gegen Bestimmungen des UWG gegeben sein.

Der besondere Anreiz für den Inserenten liegt in der fast vollständigen und relativ eng eingrenzbaren Abdeckung der örtlichen Haushalte. Manche Anzeigenblätter suchen den Nachteil eines das Niveau der Tagespresse nicht erreichenden redaktionellen Teils durch einen besonders engen örtlichen Bezug ihrer Beiträge zu verringern. Der Umfang der redaktionellen Beiträge liegt auch prozentual deutlich unter dem der Tageszeitungen: Im Jahre 1974 ist bei 204 untersuchten Anzeigenblättern ein Umfang von 11,2 Seiten im Gesamtdurchschnitt ermittelt worden. Davon entfielen 27,7 % (= 3,1 Seiten) auf redaktionelle Beiträge [19]). Dieser Textanteil wird in etwa durch die amtliche Statistik für 1975 bestätigt. Danach betrug der Anteil der redaktionellen Textseiten im Gesamtdurchschnitt 23,6 %, bei den wöchentlich erscheinenden Blättern 25,7 %. Der durchschnittliche Seitenumfang (Anzeigen und redaktioneller Text) der wöchentlich erscheinenden Anzeigenblätter betrug 14 Seiten.

1.2.3 Unterhaltende Publikumszeitschriften

Zum 31. Dezember 1975 erfaßt die Bundespressestatistik 590 unterhaltende Publikumszeitschriften mit einer *Verkaufsauflage* pro Nummer (Erscheinensintervall) von zusammen 66,7 Millionen Exemplaren [20]). Eine Gruppierung nach *Sparten,* d. h. nach Typ bzw. nach Hauptthemen oder Zielgruppe, enthält die Tabelle B 18. Ihr zufolge vereinen die mit Abstand höchsten Anteile der 1975 verkauften Gesamtauflage zwei Gruppen auf sich, erstens die Illustrierten, Magazine und sonstige der allgemeinen Unterhaltung bzw. der Information über Rundfunkprogramme dienenden Zeitschriften (44,2 %), zweitens die Zeitschriften für Frauen, Familie, Mode, Wohnen (26,5 %).

Wie sich Zahl und Verkaufsauflagen der von der IVW erfaßten Titel seit 1964 entwickelt haben, ist der Tabelle B 19 zu entnehmen.

Zur *Erscheinenshäufigkeit* ergibt die Bundespressestatistik folgendes:

Die monatlich (mit 10 bis 14 Heften jährlich) erscheinenden Publikumszeitschriften unterhaltender Art hatten am 31. Dezember 1975 zwar mit 218 von insgesamt 590 (36,9 %) Objekten die höchste Titelanzahl, erreichten jedoch nur einen Auflagenanteil von 25,6 %. 51,0 % der Verkaufsauflage von 66,7

---

[17]) Gerhard Sondermann: Lokale Wochenblätter und Anzeigenblätter im Wettbewerb mit lokalen/regionalen Tageszeitungen. Gutachten für das Presse- und Informationsamt der Bundesregierung. Hamburg 1975 (unveröff.), S. 12 ff.

[18]) Der Verlegerverband Deutscher Anzeigenblätter (VVDA) hält diese Zahlen — wie der Gutachter Sondermann mitteilt — für zu niedrig. Aus den im Gutachten Sondermann (vgl. Anm. 17) mitgeteilten Verbandsschätzungen errechnet sich für 1974 die Zahl der Anzeigenblätter auf rd. 430, die der Ausgaben auf rd. 530 und die Höhe der verteilten Auflage auf rd. 21 Millionen.

[19]) Gerhard Sondermann: Lokale Wochenblätter und Anzeigenblätter, a. a. O. (vgl. Anm. 17), S. 135.

[20]) Die Bundespressestatistik ist mit der IVW-Statistik nur partiell vergleichbar. Der IVW schließen sich normalerweise nur Zeitschriften an, mit deren Geschäftsinteressen — die aufwandverursachende — Auflagenkontrolle vereinbar erscheint; das sind vor allem Zeitschriften mit wirtschaftlich relevantem Anzeigengeschäft. Auch werden von der IVW die — in der Bundespressestatistik getrennt erfaßten — konfessionellen Zeitschriften als „Publikumszeitschriften" ausgewiesen.

Tabelle B 18

Unterhaltende Publikumszeitschriften 1975

— Auflagen nach Sparten —

Unterhaltende Publikumszeitschriften	Anzahl	Verkaufsauflage im IV. Quartal 1975 in 1 000 Exemplaren			
		insgesamt	Abonnement	Einzelverkauf	Titeldurchschnitt Spalte 2 : Spalte 1
Illustrierte, Magazine, Rundfunkprogrammzeitschriften, allg. Unterhaltung	52	29 290	9 333	19 957	563,3
Motor, Reise, Freizeit, Hobby	62	3 141	1 476	1 665	50,7
Frauen, Familie, Mode, Wohnen	39	17 883	7 186	10 697	458,5
Jugendzeitschriften	30	3 220	1 528	1 692	107,3
Politik, Kultur, Populärwissenschaft	88	1 511	875	636	17,2
Romane, Rätsel, Comics	154	5 771	60	5 711	37,5
Sport	47	1 455	722	733	31,0
Sonstige	118	4 399	2 368	2 032	37,0
insgesamt	590	66 671	23 548	43 123	113,0

Quelle Bundespressestatistik

Tabelle B 19

Auflageentwicklung der unterhaltenden Publikumszeitschriften 1964 bis 1977

Vergleichszeitraum	Zahl der Titel	Verkaufte Auflage pro Nummer in Millionen Exemplaren
IV/1964	237	43,4
IV/1968	232	56,3
IV/1973	210	66,2
IV/1975	218	69,7
IV/1976 [1])	217	74,9
IV/1977	221	74,7

[1]) Die Monatszeitschrift des größten deutschen Automobilclubs mit einer Verkaufsauflage im IV. Quartal 1976 von 4,7 Millionen Exemplaren wird seit 1976 von der IVW nicht mehr als Fachzeitschrift, sondern als „Publikumszeitschrift" erfaßt.

Quelle: Informationsgemeinschaft zur Feststellung der Verbreitung von Werbeträgern e. V. (IVW), Bonn.

Millionen entfiel auf die wöchentlich (mit 51 bis 54 Heften jährlich) erscheinenden Zeitschriften, die jedoch nur einen Titelanteil von 120 (20,3 %) hatten. 124 Titel (21,0 %) erschienen im Jahr 1975 mit 4—9 Heften; der Auflagenanteil betrug 10,3 %. 114 Zeitschriften (19,3 %) brachten jährlich 15 bis 20 Hefte heraus; ihr Auflagenanteil erreichte 13,0 %. Die häufiger als wöchentlich erscheinenden Titel sind nach Anzahl (14) und Auflagenanteil (0,1 %) unbedeutend.

Der Anteil der *Zeitschriften mit verlagseigener Redaktion* lag nur bei den monatlich (84,9 %) und bei den seltener erscheinenden Zeitschriften (68,5 %) unter 95 %; die wöchentlich und häufiger erscheinenden Blätter wurden ausnahmslos in den Verlagen redigiert.

Ein ähnliches Verhältnis ergibt sich zum 31. Dezember 1975 für den Anteil der Zeitschriften, deren *technische Herstellung* in verlagseigenen Betrieben vorgenommen wird: Je höher die Erscheinensfrequenz, um so häufiger wird in eigenen Betrieben gedruckt. Vermutlich würde dieser Zusammenhang noch wesentlich deutlicher in der Pressestatistik hervortreten, wenn diese nicht rechtlich selbständige Betriebe der Verlage wie Fremdbetriebe einordnete. Für 78,2 % der vier- bis neunmal jährlich erscheinenden Zeitschriften wurden alle Druckleistungen in „Fremdbetrieben" erbracht; bei den häufiger als wöchentlich erscheinenden Zeitschriften beträgt dieser Anteil noch 21,4 %.

Die sich nach der Bundespressestatistik für die einzelnen Sparten ergebenden durchschnittlichen *Jahrgangsumfänge* (redaktioneller Text und Anzeigen) sind wegen der Heterogenität der erfaßten Zeitschriften vor allem für Periodenvergleiche mit künftigen Erhebungen interessant. Sie streuen zwischen 2 182

(wohl eher kleinformatigen) Seiten für die Sparte „Romane, Rätsel, Comics" und 500 Seiten für „Jugendzeitschriften". Die Sparte „Illustrierte, Magazine, Rundfunkprogrammzeitschriften, allgemeine Unterhaltung" brachte es in 1975 auf 2 000 Seiten durchschnittlichen Jahrgangsumfang.

Verlagseigene *Vertriebssysteme* und Lesezirkel gewinnen an Bedeutung mit der Erscheinenshäufigkeit: Im Jahre 1975 vertrieben die vier- bis neunmal jährlich erscheinenden Zeitschriften 94,4 %, die Monatszeitschriften 62,8 % und die Wochenzeitschriften 30,7 % ihrer Abonnementsauflage durch die Post.

Die *Zustellung der Abonnementsauflage,* die mit 23,5 Millionen Exemplaren ein gutes Drittel der Verkaufsauflage aller unterhaltenden Publikumszeitschriften umfaßte, wurde in 1975 zu 58 % mit Hilfe der Post vorgenommen. Überdurchschnittlich hohe Postzustellungsanteile an der Abonnementsauflage hatten in der Regel die themenorientierten Sparten, z. B. „Sport" (94,0 %), „Motor, Reise, Freizeit, Hobby" (70,1 %). Eigene Vertriebssysteme waren mit einem Anteil von 22,7 % an der Abonnementsauflage, insbesondere für die Sparte „Illustrierte, Magazine usw.", von Bedeutung. Dort sowie bei der Sparte „Frauen, Familie, Mode, Wohnen" fielen auch die Lesezirkel mit Abonnementsanteilen von 15,4 % und 12,1 % stärker ins Gewicht. Sonstige Zustellungsformen spielen insbesondere für den Vertrieb der Abonnementsexemplare der Sparten „Jugendzeitschriften" (36,6 %) und „Politik, Kultur, Populärwissenschaften" (27,4 %) eine Rolle.

Die *Verbreitung* der 590 unterhaltenden Publikumszeitschriften wurde bei 505 Objekten (85,6 %) auf überregionaler Ebene betrieben; die restlichen 85 (14,4 %) beschränkten sich auf lokale/regionale Verbreitungsräume. Eine lokal/regional begrenzte Verbreitung findet sich relativ häufig bei Magazinen sowie Zeitschriften für Politik und Kultur. Im Ausland wurden insgesamt 8,9 % der Verkaufsauflage abgesetzt; die höchsten Auslandsanteile hatten die Sparten „Politik, Kultur, Populärwissenschaften" (17,4 %) und „Romane, Reisen, Comics" (17,0 %).

Die *unentgeltlich abgegebene Auflage* entspricht mit insgesamt 2,65 Millionen Exemplaren rund 4,1 % der Verkaufsauflage aller unterhaltenden Publikumszeitschriften. Diese Verhältniszahl kann von Sparte zu Sparte stark variieren; mit rund 33 % ist sie in der Sparte „Politik, Kultur, Populärwissenschaften" weitaus am höchsten.

Die Wettbewerbsverhältnisse auf der Angebotsseite der wichtigsten Märkte der unterhaltenden Publikumszeitschriften sind durch hohe *Auflagenanteile der vier führenden Großverlage* gekennzeichnet. Diese (nach Erscheinenshäufigkeit der Verlagsobjekte gewichteten) Anteile haben sich, folgt man privaten Erhebungen [21]), von insgesamt 65,4 % im IV. Quartal 1972 auf 64,1 % im IV. Quartal 1977 ermäßigt.

[21]) Vgl. Helmut H. Diederichs: Daten zur Pressekonzentration in der Bundesrepublik Deutschland im IV. Quartal 1977. In: „Media Perspektiven", Nr. 7/78, S. 473 ff. Die auf Minderheitsbeteiligungen entfallenden Auflagenanteile sind hier nicht eingeschlossen.

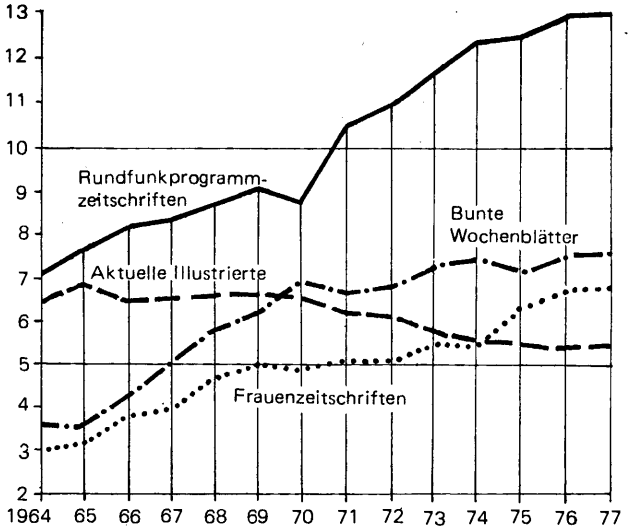
Die Entwicklung der Auflagenanteile dieser Verlage auf den Märkten der (wöchentlichen) Aktuellen Illustrierten, der Rundfunkprogrammzeitschriften, der Frauenzeitschriften und der Bunten Wochenblätter (Wochenendblätter) von 1964 bis 1977 zeigt die Tabelle B 20 [22]). Gegenüber 1973, dem Jahr, mit dem der Medienbericht 1974 [23]) endet, erhöhten sich jene Anteile bis 1977 bei den Rundfunkprogrammzeitschriften von 83 % auf 92 %, bei den Frauenzeitschriften um 39 % auf 43 % und bei den Wochenendblättern von 68 % auf 69 %. Zugleich verringerte sich bei insgesamt steigenden Verkaufsauflagen die Anzahl der Rundfunkprogrammzeitschriften von 9 auf 6, die der Frauenzeitschriften stieg dagegen unter Erhöhung der spartendurchschnittlichen Erscheinenshäufigkeit von 15 auf 16. Bei den vier (wöchentlichen) Aktuellen Illustrierten hat sich die Gesamtauflage von 5,8 Millionen in 1973 auf 5,4 Millionen in 1977 verringert; in der Anzahl der Objekte und in den Eigentumsverhältnissen sind keine Änderungen eingetreten.

Eine grafische Übersicht zur langfristigen Entwicklung der Gesamtauflagen auf den eben angesprochenen Märkten vermittelt Schaubild 2.

Schaubild 2

Entwicklung der Verkaufsauflage von vier ausgewählten Zeitschriftengruppen 1964 bis 1977

Auflagenhöhe in Millionen Exemplaren



Quelle: Eigene Berechnungen. Zugrunde gelegt ist jeweils die Auflagenhöhe des IV. Quartals. Soweit Zeitschriften nicht wöchentlich erscheinen, sind ihre Auflagen auf fiktive Wochenauflagen umgerechnet worden.

[22]) Die Grenzen zwischen einzelnen Sparten unterhaltender Publikumszeitschriften sind fließend, beispielsweise zwischen Frauenzeitschriften einerseits und Zeitschriften für Mode, Familie und Freizeit (Wochenendblätter) andererseits. Auch kann ein Verlagsobjekt seinen Charakter im Untersuchungszeitraum so stark wandeln, daß eine Neueinordnung gerechtfertigt wäre. Für die o. a. Tabelle ist — angesichts der ohnehin recht flexiblen Spartengrenzen — im Interesse der Vergleichbarkeit von solchen Neueinordnungen abgesehen worden, wenn das Objekt noch Merkmale seines ursprünglichen Charakters hatte.

[23]) Medienbericht 1974, Drucksache 7/2104 S. 21 f.

Tabelle B 20

Sparten unterhaltender Publikumszeitschriften 1964 bis 1977

Zeitschriftentyp	IV/1964		IV/1973		IV/1975		IV/1977	
	Anzahl	Verkaufsauflage pro Nummer in Millionen Exemplaren	Anzahl	Verkaufsauflage pro Nummer in Millionen Exemplaren	Anzahl	Verkaufsauflage pro Nummer in Millionen Exemplaren	Anzahl	Verkaufsauflage pro Nummer in Millionen Exemplaren
Aktuelle Illustrierte ..... (nur wöchentlich erscheinende Objekte)	5	6,5	4	5,8	4	5,5	4	5,4
darunter Großobjekte oberhalb 1 Million Verkaufsauflage	5	6,5	4	5,8	4	5,5	4	5,4
Auflagenanteil der führenden Zeitschriftengroßverlage [1]								
1964: 100 %								
1973: 100 %								
1975: 100 %								
1977: 100 %								
Rundfunkprogrammzeitschriften .. (nur wöchentlich erscheinende Objekte)	9	7,2	9	11,8	6	12,6	6	13,0
darunter Großobjekte oberhalb 1 Million Verkaufsauflage	2	4,8	5	10,0	6	12,6	6	13,0
Auflagenanteil der führenden Zeitschriftengroßverlage [1]								
1964: 84 % [2]								
1973: 83 % [2]								
1975: 92 %								
1977: 92 %								
Frauenzeitschriften	13	5,5	15	9,0	16	9,9	16	10,3
davon								
a) wöchentlich erscheinende Objekte	2	1,1	4	3,2	5	4,0	6	4,5
b) 14tägig erscheinende Objekte	5	3,1	4	3,5	5	3,6	5	3,5
c) Objekte, deren Erscheinungsintervall größer als 14 Tage ist	6	1,3	7	2,3	6	2,3	5	2,3
darunter Großobjekte oberhalb 1 Million Verkaufsauflage	—	—	4	5,0	4	4,9	4	5,1
Auflagenanteil der führenden Zeitschriftengroßverlage [1] [3]								
1964: 61 %								
1973: 39 %								
1975: 42 %								
1977: 43 %								
Bunte Wochenblätter (Wochenendblätter)	8	3,6	8	7,2	8	7,1	8	7,4
darunter Großobjekte oberhalb 1 Million Verkaufsauflage	1	1,0	3	4,1	2	3,0	2	3,4
Auflagenanteil der führenden Zeitschriftengroßverlage [1]								
1964: 35 %								
1973: 68 %								
1975: 67 %								
1977: 69 %								

[1] Die Gruppe der führenden Zeitschriftengroßverlage umfaßt die Firmen Bauer, Burda, Gruner + Jahr, Springer.
[2] ohne paritätische Beteiligungen
[3] ungewichtet

Quelle: Informationsgemeinschaft zur Feststellung der Verbreitung von Werbeträgern e. V., Bonn, und eigene Berechnungen.

Wie sich in den letzten Jahren erneut bestätigt hat, ist selbst für Großverlage die *Markteinführung* neuer unterhaltender Publikumszeitschriften mit erheblichen Risiken verbunden. Im Berichtszeitraum erreichte nur ein neues Zeitschriftengroßobjekt eine Verkaufsauflage von über 1 Million Exemplare.

1.2.4 Fachzeitschriften

Laut Bundespressestatistik wurden am 31. Dezember 1975 in der Bundesrepublik Deutschland insgesamt 1 872 Fachzeitschriften verlegt, davon 852 überwiegend wissenschaftlichen Inhalts [24]). Die *Verkaufsauflage* pro Nummer erreichte insgesamt 11,9 Millionen Exemplare [25]), wovon 3,0 Millionen auf die Wissenschaftlichen Zeitschriften entfielen. Diese unterteilten sich in die in Tabelle B 21 angegebenen Gruppen.

Die anderen Fachzeitschriften lassen sich den in Tabelle B 22 angegebenen Bereichen zuordnen.

[24]) Von den Fachverbänden werden höhere Zahlen genannt; Erfassungslücken der (ersten) Bundespressestatistik sind nicht auszuschließen.

[25]) Die Zahl weicht beträchtlich von den entsprechenden Angaben der Informationsgemeinschaft zur Feststellung der Verbreitung von Werbeträgern (IVW) ab. Die IVW erfaßt vor allem Fachzeitschriften, bei denen der Anzeigenteil wirtschaftlich relevant ist. Die Verkaufsauflage der ihr im IV. Quartal 1975 gemeldeten 650 Fachzeitschriftentitel betrug rund 19,6 Millionen Exemplare. Die Auflagendifferenz zur amtlichen Statistik dürfte sich größtenteils daraus erklären, daß die Verlage ihre Zeitschriften den Zeitschriftenarten beider Statistiken in unterschiedlicher Weise zugeordnet haben. Solche Unterschiede ergeben sich auch innerhalb der IVW-Statistiken, z. B. im Jahresvergleich 1975 : 1976. Für 1976 ist eine Autozeitschrift mit einer Auflage von 4,7 Millionen Exemplaren (IV/76) den Publikumszeitschriften zugerechnet worden, wodurch sich die Fachzeitschriftenauflage der IVW auf 14,9 Millionen (IV/76) verringert. Verbleibende wesentliche Differenzen liegen insbesondere bei den Angaben über die im Einzelverkauf abgesetzten Auflagen: lt. amtlicher Statistik insgesamt rd. 551 000 Exemplare, lt. IVW dagegen 2 409 000 Exemplare (IV/75).

Tabelle B 21

Auflagen der Wissenschaftlichen Zeitschriften nach Sparten

Fachzeitschriften überwiegend wissenschaftlichen Inhalts	Anzahl	IV. Quartal 1975 Verkaufsauflage in 1 000 Exemplaren			
		Insgesamt	Abonnement	Einzelverkauf	Titeldurchschnitt
Recht, Wirtschaft, Gesellschaft	204	1 205	1 185	20	5,9
Medizin	260	664	633	31	2,6
Ingenieurwissenschaft	137	512	489	23	3,7
Mathematik und Naturwissenschaft	127	251	246	5	2,0
Agrar-, Forst-, Ernährungswissenschaft	65	236	109	126	3,6
Sprach- und Kulturwissenschaften	59	167	152	16	2,8
insgesamt	852	3 036	2 814	221	3,6

Quelle: Bundespressestatistik und eigene Berechnungen

Tabelle B 22

Fachzeitschriftenauflagen nach Sparten

Andere (als überwiegend wissenschaftliche) Fachzeitschriften	Anzahl	IV. Quartal 1975 Verkaufsauflage in 1 000 Exemplaren			
		Insgesamt	Einzelverkauf	Abonnement	Durchschnitt
Bildung und Erziehung	146	2 034	1 980	54	13,9
Industrie und Handwerk	251	1 666	1 626	40	6,6
Landwirtschaft/Ernährung	98	1 420	1 353	67	14,5
Handel und Dienstleistungen	130	684	655	29	5,3
Gesundheitswesen	37	322	244	77	8,7
Öffentliche Verwaltung	41	134	133	1	3,3
Sonstige	317	2 623	2 293	330	8,3
insgesamt ...	1 020	8 883	8 285	599	8,7

Quelle: Bundespressestatistik und eigene Berechnungen

Entscheidendes *Zielgruppenmerkmal* der Fachzeitschriften war in 80 % aller Fälle die Berufszugehörigkeit. 9 % hatten keine durch die Pressestatistik definierte Zielgruppe und 7 % orientierten sich an Vereinszugehörigkeiten.

Fast die Hälfte aller Fachzeitschriften, nämlich 899 von 1 872 (= 48,0 %), erschien im Jahre 1975 in annähernd monatlicher *Periodizität*, d. h. jährlich mit 10 bis 14 Heften. Eine Erscheinensfrequenz von 4 bis 9 Heften jährlich hatten 640 Fachzeitschriften (= 34,2 %). Der Anteil der wöchentlich erscheinenden Fachzeitschriften (51 bis 54 Hefte im Jahr) war mit insgesamt 73, das sind 3,9 % der Gesamtzahl, erwartungsgemäß relativ gering.

Wie gleichfalls zu vermuten war, ist der Anteil der Zeitschriften mit verlagseigener *Redaktion* bei den Wissenschaftlichen Zeitschriften besonders niedrig: Er betrug im Jahre 1975 rund 44 %. Eine Ausnahme bilden mit 78,8 % die Zeitschriften überwiegend ingenieurwissenschaftlichen Inhalts. Dieser Anteil entspricht annähernd dem der nichtwissenschaftlichen Fachzeitschriften (78,0 %). Die *technische Herstellung* der Fachzeitschriften wird meistens in verlagsfremden Betrieben vorgenommen: 83,9 % wurden im Jahre 1975 außerhalb ihres Verlages gedruckt und 82,3 % vollständig in Fremdbetrieben gesetzt. Allerdings ist zu berücksichtigen, daß rechtlich selbständige technische Betriebe der Verlage in der Statistik wie Fremdbetriebe behandelt werden.

Der *Umfang* eines Jahrgangs betrug 1975 bei den Wissenschaftlichen Zeitschriften durchschnittlich 859 Seiten, bei den anderen Fachzeitschriften 731 Seiten. Die stärksten durchschnittlichen Jahrgangsumfänge hatten mit 1 220 Seiten die wissenschaftlichen Zeitschriften aus dem Bereich Mathematik und Naturwissenschaft (trotz eines niedrigen Anzeigenanteils von nur 4,5 % der Seitenzahl).

Zur *Betriebsgrößenstruktur* der Fachzeitschriftenpresse wird auf die Darstellung im Medienbericht 1974 [26]), insbesondere auf die dort in Tabelle 12 wiedergegebene Erhebung, die mehr als ein Drittel aller Fachzeitschriftentitel erfaßte, verwiesen. Die weitaus meisten Titel erscheinen demnach in den Fachzeitschriftenverlagen der obersten Größenklasse mit mehr als 100 Mitarbeitern, auf die gut ein Viertel aller erfaßten Verlage entfällt. Über Umsätze, Mitarbeiter und Titelanzahlen sowie Auflagen der führenden Fachzeitschriftenverlage liegen Ergebnisse nichtamtlicher Umfragen [27]) vor: Der Fachzeitschriftenumsatz der *insoweit* umsatzstärksten acht Verlage bewegte sich im Jahr 1976 je zwischen 51 und 22 Millionen DM, die Anzahl der von ihnen verlegten Fachzeitschriften zwischen 150 und 12 Titeln, die Zahl der festen Mitarbeiter im Fachzeitschriftenbereich zwischen etwa 60 und 140 und die Auflagensummen pro Nummer zwischen 1,03 und 0,16 Millionen Exemplaren. Zur *Umsatzgrößenklassenstruktur* ergeben die veröffentlichten Daten aus Erhebungen, die im Auftrag des Verbandes Deutscher Zeitungsverleger (VDZ) von einer Wirtschaftsprü-

[26]) Medienbericht 1974, Drucksache 7/2104 S. 23.

[27]) Vgl. Deutschlands große Fachzeitschriftenverlage, In: „Edit" (Hamburg), Jg. 1977 / Nr. 2, S. 36—37 und Klaus Broichhausen: Fachpresse in der Vielfalt groß. In: „Frankfurter Allgemeine" vom 7. November 1974 sowie FAZ/„Blick durch die Wirtschaft" vom 7., 13. und 29. November 1974 (zitiert nach Sonderdruck für die Verlagsgruppe Deutscher Fachverlag).

fungsgesellschaft vorgenommen worden sind, folgendes [28]): Von 100 darauf untersuchten Verlagen (= Gesamtzahl) erzielten 15 im Jahre 1976 (1975: 12) mit Fachzeitschriften *Objektgruppenumsätze* von mehr als 10 Millionen DM, 18 (16) Verlage Objektgruppenumsätze zwischen über 5 bis 10 Millionen DM und 67 (72) Verlage Objektgruppenumsätze bis zu 5 Millionen DM.

Die *Zustellung* der Fachzeitschriften wurde laut Bundespressestatistik 1975 bei 90,2 % der Abonnementsauflage der Wissenschaftlichen Zeitschriften und 76,1 % der der anderen Fachzeitschriften durch die Post vorgenommen; für beide Gruppen zusammen betrug der Zustellanteil der Post 79,7 %. Über verlagseigene Vertriebssysteme wurden nur 1,6 % der gesamten Fachzeitschriftenabonnementsauflage zugestellt. Mittels sonstiger Zustellformen wurde ein Anteil von 18,7 % der gesamten Fachzeitschriftenabonnementsauflage vertrieben; darin sind vor allem Zeitschriften für Bildung und Erziehung (mit 40,1 % ihrer Abonnementsauflage) enthalten.

Zur räumlichen *Verbreitung* der Fachzeitschriften läßt sich der Bundespressestatistik 1975 entnehmen, daß damals 90,8 % aller 1 872 erfaßten Titel, also 1 699 Objekte, überregional vertrieben wurden. Regional begrenzte Absatzgebiete hatten 8,3 % (156) der Titel. Der relativ höchste Anteil regional verbreiteter Titel findet sich mit 27,6 % bei den Fachzeitschriften für Landwirtschaft und Ernährung (27 von 98). Auf lokale Verbreitung beschränkten sich 0,9 % (17) der Fachzeitschriften, darunter auch zwei wissenschaftliche Zeitschriften (Medizin).

Im *Ausland* wurden 6,6 % der verkauften Fachzeitschriftenauflage des Jahres 1975, nämlich je Erscheinenstag durchschnittlich rund 777 000 von 11,8 Millionen Exemplaren, abgesetzt. Die relativ höchsten Auslandsauflagenanteile finden sich unter den Wissenschaftlichen Zeitschriften: Mit 27,8 % halten die Zeitschriften für Mathematik und Naturwissenschaften die Spitze, gefolgt von den Zeitschriften für Ingenieurwissenschaft (21,6 %) und für Medizin (17,3 %). Unter den nicht wissenschaftlichen Fachzeitschriften haben die für Handel und Dienstleistungen (8,1 %) sowie die für Industrie und Handwerk (7,4 %) die höchsten prozentualen Auslandsauflagenanteile.

1.3 Einfluß drucktechnischer Entwicklungen auf das Pressewesen

1.3.1 Veränderungen der Drucktechnik

a) Druckverfahren

1977 wurden 44,4 % der Druckerzeugnisse im Hochdruck hergestellt. Auf das Flachdruck-(Offset-)Verfahren entfielen 36,2 % und auf den Tiefdruck 19,4 %. Bemerkenswert ist das Vordringen des Flachdrucks, mit dem 1970 erst ein Viertel der Druckerzeugnisse produziert wurde. Der Zunahme des Flachdrucks stand ein Rückgang des Hochdrucks gegenüber, sein Anteil hatte 1970 noch zwischen 55 und 60 % betragen.

Für das Vordringen des Flachdrucks auf Kosten des Hochdrucks werden vor allem drei Gründe geltend gemacht:

— höhere Druckgeschwindigkeit (mit Ausnahmen beim Zeitungsdruck);
— bessere Druckqualität, vor allem beim Mehrfarbendruck;
— rationellere Druckformherstellung.

Außerdem werden zusätzliche Vorteile des Flachdrucks in besseren Verknüpfungsmöglichkeiten zwischen Foto-(Licht-)satz und Druckformherstellung gesehen.

Der Tiefdruck konnte seine Position in den letzten fünf Jahren behaupten.

b) Satzverfahren

Im Bereich der Satzherstellung vollzieht sich gegenwärtig ein weitreichender Strukturwandel. Der traditionelle Bleisatz wird in zunehmendem Maße durch den Foto(Licht-)satz verdrängt. Dieses Satzverfahren bedient sich eines Films, der entweder über Schriftschablonen oder durch Kathodenstrahlröhren belichtet wird. Mit der Umstellung auf die neuen Verfahren können erhebliche Produktivitätsgewinne erzielt werden [29]). Das Angebot an dazu erforderlichen Maschinen und Geräten hat inzwischen eine Breite, die selbst kleineren Unternehmen eine solche Umstellung ermöglicht.

Die Anwendung der neuen Satztechniken in Verbindung mit der elektronischen Datenverarbeitung verändert den Prozeß der Texterfassung und -bearbeitung, wodurch sich ebenfalls Produktivitätssteigerungen ergeben können. Die technische Entwicklung erlaubt bereits heute, Texte direkt in den Rechner einzugeben, an Bildschirmterminals zu korrigieren und satztechnisch zu bearbeiten. Als Weiterentwicklung sind Systeme zu erwarten, die auch die anschließenden Verfahrensabschnitte des Umbruchs und der Druckformherstellung integrieren.

Durch Verknüpfung moderner Satzrechnersysteme mit der Datenfernübertragung wird es möglich, die Vorteile einer dezentralen Betriebsorganisation zu nutzen, ohne das geschlossene rechnergestützte Betriebssystem verlassen zu müssen. Möglich wird sowohl der Fernsatz, bei dem das Textmaterial von dezentralen Redaktionen in den zentralen technischen Produktionsbetrieb übertragen wird, als auch der Satellitendruck, d. h. die Übertragung des fertigen Zeitungssatzes an dezentrale Druckorte.

Diesen möglichen Vorteilen, die insbesondere durch Erfahrungen mittlerer Zeitungsunternehmen in den

[28]) Vgl. Walter Mehl: Die wirtschaftliche Lage der deutschen Zeitschriftenpresse. In: „ZV+ZV", 73. Jg. 1976/ Nr. 45—46, S. 1841—1844 und Walter Mehl: Erlös- und Kostenvergleich 1976. Die wirtschaftliche Lage der Zeitschriftenpresse. In: „ZV+ZV", 74. Jg. 1977 / Nr. 44 bis 45, S. 1870—1874.

[29]) Die Leistung einer modernen lochstreifengesteuerten Schnellsetzmaschine liegt bei 15 000 Zeichen pro Stunde; eine Foto(Licht-)satzanlage kann dagegen bis zu 4 Millionen Zeichen pro Stunde setzen.

Vereinigten Staaten von Amerika (Auflage zwischen 50 000 und 200 000 Stück) belegt werden, stehen jedoch auch Probleme und Risiken gegenüber:

— daß Arbeitskräfte in größerer Zahl umgeschult oder freigesetzt werden und sich für einen Teil der Arbeitskräfte Qualifikationsanforderungen verändern;

— daß die Umstellung auf die neuen Techniken das Entstehen von Überkapazitäten und Konzentrationsvorgängen begünstigen kann;

— daß größere Verlagsunternehmen die Möglichkeit der dezentralen Druckorganisation mit Hilfe der Datenfernübertragung nutzen und den Wettbewerb auf lokalen Presse- und Anzeigenmärkten verstärken;

— daß technische Zwänge den Arbeitsablauf in der Redaktion kreativitätsmindernd beeinflussen und den Einsatz freier Journalisten beeinträchtigen können.

Der Zeitbedarf und das Ausmaß dieses Strukturwandels entziehen sich genauer Bestimmung. Der starke Wettbewerb auf dem Markt für Druckerzeugnisse und die hohe Produktivität der neuen Verfahren lassen jedoch vermuten, daß die Unternehmen verhältnismäßig rasch die neuen Verfahren übernehmen.

Die Druckindustrie hat sich auch in ihrem Ausbildungsbereich zum Teil schon auf die technischen Wandlungen eingestellt. Durch eine Zusammenfassung stark spezialisierter Berufsbilder, wie sie bisher für die Druckereibranche typisch sind, soll die Flexibilität der Beschäftigten erhöht werden.

1.3.2 Tarifliche Folgen

Zwischen den Tarifpartnern des Druck- und Verlagswesens hat es langwierige und zeitweise sehr harte Auseinandersetzungen darüber gegeben, welche *tariflichen Maßnahmen* zu ergreifen seien, um bei den Umstellungen auf die neuen rechnergesteuerten Textverarbeitungssysteme soziale Härten soweit wie möglich zu verringern. Am 20. März 1978 wurde ein Kompromiß über einen „Tarifvertrag Neue Technik" erzielt, der im wesentlichen folgendes vorsieht:

— *Gestaltungs- und Korrekturarbeiten* werden nach Umstellung der jeweiligen Tätigkeit für einen Zeitraum von acht Jahren (grundsätzlich) durch Fachkräfte der Druckindustrie, insbesondere Schriftsetzer, ausgeübt.

— Für die *Texterfassung* sind vorrangig Fachkräfte der Druckindustrie bzw. die Angestellten des Unternehmens zu beschäftigen, deren Arbeitsplatz durch die Einführung der neuen Systeme entfällt.

— Der Einsatz von Redakteuren zur *Texteingabe* unterliegt Beschränkungen.

— Tätigkeiten im „rechnergesteuerten Textsystem" sind *Angestelltentätigkeiten.*

— Von der Umstellung betroffene Arbeitnehmer bestimmter Lohngruppen, die nach dem Gehaltstarifvertrag ein niedrigeres Tarifentgelt als zuvor erhalten, haben sechs Jahre Anspruch auf eine *Ausgleichszulage,* deren Höhe sich aus der Differenz zwischen altem und neuem Tarifentgelt ergibt. *Schriftsetzer* und ihnen gleichgestellte Arbeitnehmer erhalten die Ausgleichszulage zeitlich unbegrenzt.

— Bei Umschulung und bei Arbeitsplatzwechsel außerhalb des Unternehmens sind Hilfen zu gewähren.

Die gesamtwirtschaftlichen Auswirkungen des „Tarifvertrag Neue Technik" lassen sich noch nicht beurteilen.

2 Entwicklung der Betriebsergebnisse, Kosten, Umsätze und Preise in einzelnen Bereichen der periodischen Presse

2.1 Zeitungen

Mit Ausnahme der auf der Grundlage *freiwilliger Beteiligung* erhobenen Kostenstrukturstatistik gibt es zur Entwicklung der *Betriebsergebnisse* in der Zeitungspresse kein amtliches Zahlenmaterial [30]).

Die nach dem Bundespressestatistikgesetz vorzunehmenden Vollerhebungen stützen sich auf eine gesetzliche Auskunftspflicht, schließen aber Betriebsergebnisse sowie Unternehmensgewinne nicht ein. Deshalb erfaßt die Bundespressestatistik zwar alle Umsätze der periodischen Presse, deren Kosten jedoch nur in Auswahl.

2.1.1 Langfristige Entwicklung der Betriebsergebnisse, Kosten und Umsätze in der Abonnementstagespresse

Anhaltspunkte über die langfristige Entwicklung der Betriebsergebnisse, Kosten und Umsätze in der Abonnementstagespresse lassen sich den Veröffentlichungen über einen seit 1954 fortgeführten Zeitungsbetriebsvergleich entnehmen: Die Durchschnitte aus den Betriebsabrechnungsergebnissen der in den Vergleich eingehenden etwa 50 bis 60 Abonnementstageszeitungen (etwa ein Sechstel aller Hauptausgaben) sind in den Tabellen B 23 und B 24 wiedergegeben. Diese Durchschnitte sind aus einzelbetrieblichen Daten gewonnen, die zum Teil von Zeitung zu Zeitung stark streuen können [31]).

---

[30]) Der bisher vierjährige Erhebungsrhythmus der Kostenstrukturstatistik ist für den Bereich der periodischen Presse auf zwei Jahre verkürzt worden. Die vierjährigen Erhebungsintervalle enden mit dem Jahr 1976, dessen Kostenstrukturstatistik bei Abfassung des Berichtes noch nicht vorlag. Über die Entwicklung der Betriebsergebnisse von Zeitungsverlagen in den Jahren 1960, 1964 und 1972, wie sie sich nach der Kostenstrukturstatistik darstellt, informiert der Medienbericht 1974, Drucksache 7/2104 S. 25 f.

[31]) Angaben zur Streuungsbreite in: Arbeitsgemeinschaft für Kommunikationsforschung: Materialien zur Medienstruktur und Kommunikationspolitik 1976. Gutachten für das Presse- und Informationsamt der Bundesregierung. München 1977 (unveröff.), S. 34.

Tabelle B 23

Entwicklung der Erlöse, Kosten und Gewinne je Monatsstück [1]) von Abonnementszeitungen 1954 bis 1976

Jahr	Vertriebserlöse		Anzeigenerlöse		Sonstige Erlöse	Gesamterlöse		Gesamtkosten		Zeitungsgewinne		
	DM	Jahreszuwachs in % des Vorjahres	DM	Jahreszuwachs in % des Vorjahres	DM	DM	Jahreszuwachs in % des Vorjahres	DM	Jahreszuwachs in % des Vorjahres	DM	in % der Erlöse	Jahreszuwachs in % des Vorjahres
1954	3,48	—	3,06	—	0,03	6,57	—	6,16	—	0,41	6,2	—
1958	4,02	—	4,63	—	0,06 [2])	8,71	—	7,83	—	0,88	10,1	—
1960	4,08	—	5,96	—	0,08	10,12	—	8,88	—	1,24	12,3	—
1961	4,44	8,8	6,70	12,4	0,09	11,23	11,0	9,71	9,3	1,52	13,5	22,6
1962	4,50	1,4	7,52	12,2	0,09	12,11	7,8	10,49	8,0	1,62	13,4	6,6
1963	4,69	4,2	7,91	5,2	0,10 [2])	12,70	4,9	11,03	5,1	1,67	13,2	3,1
1964	4,89	4,3	8,84	11,8	0,11	13,84	9,0	12,07	9,4	1,77	12,8	6,0
1965	5,06	3,5	10,07	13,9	0,13	15,26	10,3	13,19	9,3	2,07	13,7	16,9
1966	5,26	4,0	10,11	0,4	0,13	15,50	1,6	13,98	6,0	1,52	9,8	−26,6
1967	5,57	5,9	10,03	−0,8	0,10	15,70	1,3	14,17	1,4	1,53	9,7	0,7
1968	5,46	−2,0	11,06	10,3	0,12	16,64	6,0	14,25	0,6	2,39	14,4	56,2
1969	5,52	1,1	12,53	13,3	0,12	18,17	9,2	15,73	10,4	2,44	13,4	2,1
1970	5,88	6,5	13,73	9,6	0,14	19,75	8,7	18,10	15,1	1,65	8,4	−32,4
1971	6,47	10,0	14,72	7,2	0,19	21,38	8,3	20,31	12,2	1,07	5,0	−35,2
1972	7,07	9,1	16,77	18,6	0,13	23,97	12,1	21,49	5,8	2,48	10,3	131,8
1973	7,64	8,1	17,93	6,9	0,22	25,79	7,6	23,44	9,1	2,35	9,1	−5,2
1974	8,52	11,5	17,76	−0,9	0,25	26,53	2,9	24,39	4,1	2,14	8,1	−8,9
1975	9,42	10,6	18,29	3,0	0,26	27,97	5,4	24,35	−0,2	3,62	12,9	69,2
1976	10,09	7,1	19,91	8,9	0,18	30,18	7,9	25,89	6,3	4,29	14,2	18,5

[1]) Das Monatsstück umfaßt je ein Stück aller im Monat erschienenen Zeitungsnummern.
[2]) Mangels veröffentlicher Angaben sind die „Sonstigen Erlöse" geschätzt.

Quelle: Zeitungsbetriebsvergleich Engelmann/Rutsatz, zitiert nach:

a) Karl-Heinz Rutsatz: Zur wirtschaftlichen Situation der Zeitungsverlage. In: „ZV+ZV", 70. Jg. 1973/Nr. 51—52, S. 2282—2287, sowie für die Jahre 1973—75: Die wirtschaftliche Situation der regionalen westdeutschen Tageszeitungen. In: „Media Perspektiven", Nr. 1/77, S. 11—18;

b) Manfred Knoche/Axel Zerdick, Zur wirtschaftlichen Situation der Tageszeitungen in der Bundesrepublik. In: „Media Perspektiven", Nr. 4/73, S. 141—151;

c) Rudolf Hofsähs: Zur Entwicklung der Gewinne bei Tageszeitungen. In: „Publizistik", 14. Jg. 1969/Heft 1, S. 83—89;

d) Bericht der „Michel-Kommission I", Drucksache V/2120 S. 318 f.;

e) AfK: Materialien zur Medienstruktur und Kommunikationspolitik 1976, S. 31 ff.

und eigene Berechnungen.

Tabelle B 24

Entwicklung der Monatsstückkosten [1]) von Abonnementszeitungen 1954 bis 1976

Jahr	Papierverbrauch		(Ø Seitenanzahl)	Technische Herstellung		Zwischensumme		Redaktionskosten		Vertriebswerbung und -verwaltung		Anzeigenwerbung und -verwaltung		Allgemeine kaufmännische Verwaltung		Selbstkosten	
	DM	%		DM	%	DM	%	DM	%	DM	%	DM	%	DM	%	DM	%
1954	1,29	*20,9*	—	1,49	*24,2*	2,87	*45,1*	1,03	*16,7*	1,30	*21,1*	0,60	*9,8*	0,45	*7,3*	6,16	*100*
1958	1,48	*18,9*	—,	2,18	*27,8*	3,66	*46,7*	1,24	*15,8*	1,56	*19,9*	0,81	*10,4*	0,56	*7,2*	7,83	*100*
1960	1,60	*18,0*	—	2,52	*28,4*	4,12	*46,4*	1,40	*15,8*	1,71	*19,2*	1,01	*11,4*	0,64	*7,2*	8,88	*100*
1961	1,68	*17,3*	—	2,73	*28,1*	4,41	*45,4*	1,52	*15,6*	1,96	*20,1*	1,15	*11,8*	0,67	*7,1*	9,71	*100*
1962	1,75	*16,7*	—	3,05	*29,1*	4,80	*45,8*	1,65	*15,7*	2,09	*19,9*	1,23	*11,7*	0,72	*6,9*	10,49	*100*
1963	1,77	*16,0*	—	3,24	*29,4*	5,01	*45,4*	1,70	*15,4*	2,19	*19,9*	1,29	*11,7*	0,84	*7,6*	11,03	*100*
1964	1,87	*15,5*	—	3,60	*29,8*	5,47	*45,3*	1,89	*15,6*	2,36	*19,6*	1,42	*11,8*	0,93	*7,7*	12,07	*100*
1965	1,93	*14,6*	—	4,05	*30,7*	5,98	*45,3*	2,08	*15,8*	2,53	*19,2*	1,57	*11,9*	1,03	*7,8*	13,19	*100*
1966	1,96	*14,0*	(615)	4,23	*30,3*	6,19	*44,3*	2,21	*15,8*	2,78	*19,9*	1,70	*12,1*	1,10	*7,9*	13,98	*100*
1967	1,93	*13,6*	(595)	4,29	*30,3*	6,22	*43,9*	2,25	*15,9*	2,88	*20,3*	1,71	*12,1*	1,11	*7,8*	14,17	*100*
1968	1,94	*13,6*	(674)	4,52	*31,7*	6,46	*45,3*	2,27	*15,9*	2,84	*19,9*	1,54	*10,8*	1,14	*8,0*	14,25	*100*
1969	2,08	*13,2*	(729)	4,96	*31,5*	7,04	*44,7*	2,67	*17,0*	3,06	*19,5*	1,78	*11,3*	1,18	*7,5*	15,73	*100*
1970	2,45	*13,5*	(777)	5,77	*31,9*	8,22	*45,4*	2,89	*16,0*	3,47	*19,2*	2,10	*11,6*	1,42	*7,8*	18,10	*100*
1971	2,30	*11,3*	(790)	7,25	*35,7*	9,55	*47,0*	3,12	*15,4*	3,68	*18,1*	2,39	*11,8*	1,57	*7,7*	20,31	*100*
1972	2,31	*10,7*	(810)	7,20	*33,5*	9,51	*44,2*	3,56	*16,6*	4,17	*19,4*	2,50	*11,6*	1,75	*8,1*	21,49	*100*
1973	2,43	*10,4*	—	7,59	*32,4*	10,02	*42,7*	3,84	*16,4*	4,98	*21,2*	2,91	*12,4*	1,69	*7,2*	23,44	*100*
1974	2,92	*12,0*	—	7,71	*31,6*	10,63	*43,6*	3,98	*16,3*	5,22	*21,4*	2,95	*12,1*	1,61	*6,6*	24,39	*100*
1975	3,42	*14,0*	—	7,57	*31,1*	10,99	*45,1*	3,62	*14,9*	5,10	*20,9*	2,85	*11,7*	1,79	*7,4*	24,35	*100*
1976	3,54	*13,7*	—	8,25	*31,9*	11,79	*45,5*	3,81	*14,7*	5,32	*20,5*	3,11	*12,0*	1,86	*7,2*	25,89	*100*

[1]) Das Monatsstück umfaßt je ein Stück aller im Monat erschienenen Zeitungsnummern.

Quelle: wie Tabelle B 23

Schon deshalb wäre es unzulässig, sie undifferenziert auf jede Abonnementstageszeitung anzuwenden. Hinzu kommt, daß die veröffentlichten *Gesamt*durchschnitte signifikante Unterschiede zwischen *gruppen*durchschnittlichen Aufwands- und Ertragsdaten der einzelnen Auflagengrößenklasse einebnen. Dennoch und trotz der nicht sehr großen Basis des Vergleiches sind selbst dessen Gesamtdurchschnitte für die Einschätzung von Grundtrends der Aufwands-, Ertrags- und Ergebnisentwicklung in der Tagesabonnementspresse von Nutzen.

a) Jahreszuwachsraten und Entwicklung der Kostenstruktur

Geht man von diesen Zahlen aus, so waren seit — mindestens — 1960 für die Abonnementstagespresse, *insgesamt genommen*, negative *Jahreszuwachsraten* der Erlöse im Anzeigengeschäft nur in den Rezessionsjahren 1967 (−0,8 %) und 1974 (−0,9 %) zu verzeichnen [32]). Die niedrigste jahresdurchschnittliche Umsatz-/Gewinn-Rate des Betriebsvergleiches ergab sich jedoch nicht für diese Jahre, sondern für 1971 (+5,0 %), als die Kostensteigerung gegenüber 1970 (+12,2 %) den Erlöszuwachs (+8,3 %) noch beträchtlich übertraf. Im Vertriebsgeschäft hat es einmal, im Jahr 1968, eine ne-

[32]) Nach den Anzeigenumsatzerhebungen 1973/74 des Bundesverbandes Deutscher Zeitungsverleger, die über 90 % der Tagespresseauflage erfaßten, beträgt die negative Jahreszuwachsrate in 1974 rund −1,9 %, wenn die Umsätze der gemeldeten Auflagen für 1973 und 1974 je auf 100 % Auflagenanteil hochgerechnet werden. Für die Jahre 1975 bis 1976 ergeben sich demgegenüber allerdings nach den BDZV-Anzeigenumsatzerhebungen (hochgerechnete) Jahreszuwachsraten von 8,0 % (1975) und 15,1 % (1976). Die vom BDZV *erfaßten* Anzeigenjahresumsätze betrugen 3,0 Mrd. DM (1975) und 3,6 Mrd. DM (1976), ihre Anteile am Gesamtumsatz aus dem Anzeigen- und dem Vertriebsgeschäft 65,9 % (1975) und 67,9 % (1976).

gative Erlöszuwachsrate (−2,0 %) gegeben; sie ist von der Umstellung des Umsatzsteuersystems auf die Mehrwertsteuer beeinflußt worden und fällt in ein Jahr mit sehr hoher Umsatz-/Gewinn-Rate (+14,4 %). Über die Entwicklung der Betriebsergebnisse, Kosten und Umsätze der Tageszeitungen in den Jahren 1973 bis 1975 liegen veröffentlichte Ergebnisse aus Erhebungen des Bundesverbandes Deutscher Zeitungsverleger (BDZV) vor, die sich auf eine breitere Basis als der eben erwähnte Betriebsvergleich stützen [33]). Die Jahresdurchschnitte aus den quartalsweise ermittelten Betriebsergebnissen je Monatsstück aller erfaßten Abonnementstageszeitungen sind in Tabelle B 25 wiedergegeben. Die Kostendaten für 1975 sind wegen der starken Änderung in der Zusammensetzung des Teilnehmerkreises (statt 163 nur noch 104 Zeitungen) mit denen der Vorjahre nur bedingt vergleichbar; die Änderungsrate zum Vorjahr wird deshalb in der Tabelle nur für 1974 ausgewiesen.

Zur *Entwicklung der Kostenstruktur* in der Abonnementstagespresse enthält die Tabelle B 24 nach zeitungsbetrieblichen Funktionsbereichen aufgegliederte Durchschnittsgrößen, die sich zwar nicht auf

[33]) In 1973 hatten sich 165, in 1974 (Quartale I bis III) 163 und in 1975 noch 104 Abonnementstageszeitungen an der BDZV-Erhebung beteiligt. Der Betriebsvergleich Engelmann/Rutsatz erfaßt demgegenüber nur etwa 50 bis 60 Abonnementstageszeitungen, ist aber, da er seit vielen Jahren durchgeführt wird, nicht den besonderen Kostenabgrenzungsproblemen ausgesetzt, die sich bei einer kurzfristig organisierten ad-hoc-Erhebung stellen. Beide Vergleiche haben ihren eigenen Aussagewert und ergänzen sich. Zu den methodischen Unterschieden vgl. Gisela Bock: Die Wirtschaftsdaten der Tageszeitungen. BDZV-Erhebung gegen Rutsatz-Vergleich. In: „Handelsblatt" vom 7. April 1975 sowie Karl-Heinz Rutsatz: Die wirtschaftliche Situation der regionalen westdeutschen Tageszeitungen. In: „Media-Perspektiven", Nr. 1/77, S. 11 bis 18.

Tabelle B 25

Erlöse, Kosten und Betriebsergebnisse von Abonnementstageszeitungen, bezogen auf das Monatsstück, nach Erhebungen des Bundesverbandes Deutscher Zeitungsverleger (Durchschnitt aller Auflagengruppen und Erhebungsquartale)

	1973		1974		1975		1973 : 1974
	DM	in %	DM	in %	DM	in %	in %
I. Erlöse							
Anzeigengeschäft	18,80	*68,0*	17,35	*64,9*	19,63	*64,1*	*− 7,7* [2])
Vertriebsgeschäft	7,90	*28,6*	8,75	*32,7*	10,23	*33,4*	*+10,8*
Sonstiges	0,94	*3,4*	0,65	*2,4*	0,77	*2,5*	*−30,9*
insgesamt	27,64	*100*	26,75	*100*	30,63	*100*	*− 3,2*
II. Kosten							
Redaktion	3,48	*13,9*	3,68	*14,2*	3,77	*13,2*	*+ 5,7*
Anzeigen (Personal, Provisionen, Werbung, Sonstiges)	2,27	*9,0*	2,25	*8,7*	2,57	*9,0*	*− 0,9*
Vertrieb	4,67	*18,6*	4,76	*18,3*	5,09	*17,9*	*+ 1,9*
Verwaltung und Allgemeines	4,65	*18,5*	4,64	*17,9*	5,15	*18,1*	*− 0,2*
Zwischensumme	15,07	*60,0*	15,33	*59,1*	16,58	*58,3*	*+ 1,7*
Technische Herstellung	10,04	*40,0*	10,64	*41,0*	11,88	*41,7*	*+ 6,0*
insgesamt	25,11	*100*	25,96	*100*	28,46	*100*	*+ 3,4*
III. Betriebsergebnis [1])	+ 2,53	*9,2*	+ 0,79	*3,0*	+ 2,17	*7,1*	*−68,8*

[1]) Die Prozentzahlen beziehen sich auf das Verhältnis des Betriebsergebnisses zur Erlössumme.

[2]) Die o. a. Änderungsrate weicht relativ stark von der Rate ab, die sich aus den Anzeigenumsatzerhebungen des Bundesverbandes Deutscher Zeitungsverleger ergibt, wenn die dort erfaßten Auflagenanteile (je über 90 %) auf 100 % hochgerechnet werden. Diese Rate (−1,9 %) dürfte trotz Einschluß der Straßenverkaufszeitungen repräsentativer sein als die obige oder die sich aus dem Betriebsvergleich Engelmann/Rutsatz errechnende (−0,9 %).

Quelle: Bundesverband Deutscher Zeitungsverleger und eigene Berechnungen.

alle Tageszeitungen anwenden lassen (vgl. B.2.1.1), aber den *Grund*trend doch zutreffend charakterisieren dürften. Nach dieser Quelle verringerte sich der prozentuale Anteil der Papierkosten in 1976 leicht gegenüber dem Vorjahr; mit 13,7 % lag er unter dem Durchschnitt der sechziger Jahre. Der prozentuale Selbstkostenanteil der technischen Herstellung (der — über den gesamten Vergleichszeitraum bis 1954 gesehen — am stärksten gewachsen ist) sank von 35,7 % in 1971 auf 31,9 % in 1976. Der Selbstkostenanteil der Redaktion ist in den letzten Jahren (und mit Unterbrechungen auch im gesamten Vergleichszeitraum) zurückgegangen.

b) Zeitungskonjunktur

Der Aufschwung der Zeitungskonjunktur nach der Rezession 1973/74 hob sich deutlicher von der allgemeinen Konjunkturentwicklung ab als nach der Rezession von 1967. Die Besserung der Betriebsergebnisse wurde zunächst in starkem Maße von Preisanhebungen (vor allem im Vertriebsgeschäft) und von Kosteneinsparungen (Seitenumfangsreduzierungen, Personalabbau) getragen; seit 1976 dominierten jedoch als ergebnisverbessernder Faktor wieder wachsende Anzeigenerlöse.

Die Jahreszuwachsraten der Anzeigenerlöse lagen 1976 (rund +15 %) und 1977 (+11 %) [34]) weit über denen des Bruttosozialprodukts (+9,1 % und +6,2 %). Ein maßgeblicher Anteil an dieser Entwicklung wird in der Branche der antizyklischen Einzelhandelswerbung zugemessen.

Den der Bundesregierung zugeleiteten bzw. den veröffentlichten Ergebnissen aus den BDZV-Erhebungen über die wirtschaftliche Entwicklung deutscher Zeitungen in den Jahren 1973 bis 1975 [35]) ist an Einzelheiten zum Ablauf des Branchenkonjunkturzyklus u. a. folgendes zu entnehmen:

Ein über den normalen jahreszeitlich bedingten Abschwung hinausgehender Umsatzrückgang des Anzeigengeschäfts machte sich bereits im III. Quartal 1973 bemerkbar. Die Entwicklung der Zeitungsbetriebsergebnisse erreichte ihren Tiefpunkt im (saisonal ungünstigen) III. Quartal 1974. Die Betriebsergebnisse der Zeitungen in (überwiegend) nachrangiger Marktposition waren von der Rezessionsphase in der Regel erheblich stärker betroffen als die der Zeitungen in Alleinstellung oder in Erststellung (Einzelheiten hierzu in Tabelle B 26).

[34]) Zugrunde gelegt sind die auf jeweils 100 % Auflagenanteil hochgerechneten Anzeigenumsätze der Tagespresse nach der Erhebung des Bundesverbandes Deutscher Zeitungsverleger; vgl. ZAW (Hrsg.): Jahrbuch Werbung 1976/1977. Bonn 1977, S. 103.

[35]) Vgl. z. B. Karl Bringmann: Deutsche Presse in (roten) Zahlen. In: „ZV+ZV", 72. Jg. 1975/Nr. 12, S. 275—283 (über die Zeit vom 1. Januar 1973 bis 30. September 1974) sowie Jahresbericht 1976 des BDZV. Bonn 1977, S. 38 f.

Tabelle B 26

Betriebsergebnisse von Abonnementstageszeitungen im jeweils III. Quartal der Jahre 1973 und 1974 in DM je Monatsstück untergliedert nach Marktstellung und Auflagengrößenklasse

		Marktstellung		
		Alleinstellung	Erststellung	Zweitstellung
Anzahl der erfaßten Zeitungen (1973/1974):		(15/16)	(44/38)	(16/17)
Verkaufsauflage	Quartal	Betriebsergebnisse je Monatsstück in DM		
I. bis 25 000	III/73	+2,19	+1,72	−2,63
	III/74	+1,98	+0,36	−3,57
Zeitungsanzahl		(15/16)	(33/34)	(15/15)
II. über 25 000	III/73	+2,38	+0,83	+0,75
bis 125 000	III/74	+0,29	−0,20	−2,49
Zeitungsanzahl		(7/ 7)	(11/11)	(5 / 5)
III. über 125 000	III/73	+3,84	+0,68	— [1])
	III/74	+1,06	−0,29	— [1])

[1]) Wegen zu niedriger Anzahl der Gruppenmitglieder nicht ausgewiesen. Das durchschnittliche Betriebsergebnis der gesamten Größenklasse (alle Marktstellungsgruppen zusammengefaßt) betrug im III. Quartal 1973 +0,46 DM und im III. Quartal 1974 −1,11 DM. Als Gruppe müssen die Zeitungen in Zweitstellung, wie die anderen Gruppendurchschnitte erkennen lassen, jeweils erheblich unter dem Gesamtdurchschnitt liegen.

Quelle: Bundesverband Deutscher Zeitungsverleger, nach Karl Bringmann: Deutsche Presse in (roten) Zahlen. In: „ZV+ZV", 72. Jg. 1975/Nr. 12, S. 275—283.

Die erste Erhebung des Verbandes (1. Januar 1973 bis 30. September 1974) bietet ferner Anhaltspunkte für die auch durch andere Untersuchungen gestützte Annahme, daß der Umsatzanteil der besonders konjunktursensiblen Anzeigensparten (z. B. Stellen-, Kraftfahrzeug- und Immobilienanzeigen) bei den Abonnementstageszeitungen der Ballungszentren überdurchschnittlich hoch ist.

Die meisten Tageszeitungen haben auf ihrem Markt eine Position, die es ihnen gestattet, auf Konjunkturschwankungen durch eine Änderung der Vertriebspreise, der Anzeigenpreise bzw. der Leistung (z. B. Seitenzahl) relativ kurzfristig zu reagieren [36]). Gleichwohl können Rezessionsphasen der Branchenkonjunktur das Ende des Erscheinens oder der wirtschaftlichen bzw. redaktionellen Selbständigkeit bereits gefährdeter Zeitungen (in der Regel sog. Zweitzeitungen) beschleunigen. Als Antriebsfaktor des Konzentrationsprozesses erreichen sie zwar nicht die Bedeutung der *strukturellen* Eigenarten des intramediären Wettbewerbs [37]), können aber deren Wirkung verstärken.

2.1.2 Auflagenabhängige Kostenstrukturunterschiede

Die auflagenabhängigen Kostenstrukturunterschiede bei Tageszeitungen sind bereits im Bericht der Michel-Kommission [38]) und im Medienbericht 1974 [39]) angesprochen worden. Sie lassen sich auch anhand jüngerer Unterlagen vergleichsweise einfach für die Funktionsbereiche der technischen Herstellung und des Vertriebs belegen. Wie im einzelnen der Tabelle B 27 zu entnehmen ist, haben im Regelfall die unteren Auflagengrößenklassen im Vertrieb, die oberen in der technischen Herstellung deutliche Kostenvorteile. Zur Zeit läßt sich noch nicht abschließend beurteilen, ob und in welcher Richtung Kosteneinsparungen aus der Umstellung auf Fotosatz (vgl. Abschn. B. I. 1.3) die bestehenden auflagenabhängigen Unterschiede der herstellungstechnischen Stückkosten ändern [40]).

---

[36]) Vgl. hierzu die sich auf umfängliches Material stützende eingehende Begründung in Klaus Peter Kisker/Manfred Knoche/Axel Zerdick: Konjunkturelle Entwicklung und Pressekonzentration in der Bundesrepublik Deutschland. Gutachten für das Bundesministerium des Innern. Berlin 1976 (unveröff.) sowie zur Frage der Marktstellung Abschn. B. I. 5.

[37]) Dargestellt im Medienbericht 1974, Drucksache 7/2104 S. 35 f.

[38]) Bericht der „Michel-Kommission I", Drucksache V/2120 S. 176 ff.

[39]) Medienbericht 1974, Drucksache 7/2104 S. 27 f.

[40]) Die Studie eines spezialisierten Betriebsberatungsunternehmens, Graphic-Consult Stöger + Partner: Voraussetzungen und Chancen für kleine und mittlere Zeitungsverlage, sich im Wettbewerb zu behaupten. Gutachten für das Bundesministerium des Innern. München 1978 (unveröff.), das die Einflüsse neuer Systemtechniken auf kleine und mittlere Tageszeitungen zum Gegenstand hat, vermittelt den Eindruck, daß bisher auch diese Innovationsschwelle von auflagestärkeren Verlagen schneller überschritten wird.

Tabelle B 27

Monatsstückkosten von Tageszeitungen im Durchschnitt des Jahres 1976

Auflagengrößenklasse von ... bis unter ...	Selbstkosten	in % der Selbstkosten				in % der Papierkosten Technische Herstellung [2])
		Papier	Technische Herstellung	Redaktion	Vertrieb [1])	
bis 15 000	22,06	*12,9*	*38,1*	*14,1*	*15,8*	*296*
15 000 bis 25 000	24,17	*12,0*	*35,2*	*14,0*	*18,6*	*293*
25 000 bis 50 000	26,02	*11,6*	*36,6*	*13,6*	*19,6*	*315*
50 000 bis 100 000	25,32	*15,9*	*27,7*	*15,9*	*21,5*	*174*
100 000 bis 170 000	30,54	*13,9*	*29,4*	*16,1*	*21,6*	*211*
über 170 000	27,29	*15,4*	*25,8*	*14,3*	*25,2*	*168*

[1]) Vertriebswerbung, Vertriebsverwaltung, Packerei, Versand und Zustellung

[2]) Diese Spalte läßt, allerdings *reduziert* um die auflagenabhängige Degression der Papiereinsatzkosten (unter 10 %), den herstellungstechnischen Kostenvorsprung der auflagenstarken Zeitung unter Berücksichtigung der Unterschiede in den Seitenumfängen der Monatsstücke hervortreten.

Quelle: Zeitungsbetriebsvergleich Engelmann/Rutsatz, nach AfK: Materialien zur Medienstruktur und Kommunikationspolitik 1976, S. 39, und eigene Berechnungen.

Ein Vergleich der gruppendurchschnittlichen *Redaktionskosten* verschiedener Auflagengrößenklassen wird dadurch erschwert, daß sich mit der Auflagenhöhe meist auch die redaktionelle Leistung ändert, insbesondere das Verhältnis von Eigenleistung zu Fremdleistung und der durchschnittliche Seitenumfang des redaktionellen Textteils [41]). Eine Abonnementstageszeitung aus dem unteren Auflagengrößenklassenbereich wendet im Vergleich zu einer aus dem oberen Bereich je gesetzte Seite redaktionellen Textes — *absolut* gesehen — oft weniger als die Hälfte für (eigene und fremde) redaktionelle Leistungen auf, hat für diese aber je verkauftes Zeitungsexemplar dennoch ähnliche prozentuale Selbstkostenanteile (vgl. dazu auch Tabelle B 27). Wie im einzelnen den Spalten 10, 11, 13 und 14 der Tabelle B 28 zu entnehmen ist, ergibt die Bundespressestatistik 1975, daß die kleineren Abonnementstageszeitungen, gemessen in Prozenten des relevanten Umsatzes, für Pressedienste u. ä. nur unterdurchschnittliche Kosten, dagegen für bezogene redaktionelle Teile relativ hohe Kosten und für Post- und Fernmeldedienste sowie für freie Mitarbeiter häufig überdurchschnittliche Kosten zu tragen haben. Die Zahlen in Spalte 15 der Tabelle B 28 über die relative Höhe der *Personalkosten* im „Verlagsbereich Zeitung" bestätigen, daß diese in der Regel mit steigender Umsatzgrößenklasse der Abonnementstageszeitung abnimmt.

[41]) Eine jüngere detaillierte Behandlung dieses Zusammenhangs findet sich bei Jochen Noll: Die deutsche Tagespresse. Ihre redaktionelle und wirtschaftliche Struktur. Frankfurt/Main 1977, S. 17 ff.

Zur relativen Höhe der *Kosten für Papier und Fremdleistungen der technischen Zeitungsherstellung* bei 58 Abonnementstageszeitungsverlagen *ohne* eigene (rechtlich unselbständige) Druckerei ist aus Spalte 6 der Tabelle B 29 ersichtlich, daß die Unternehmen mit Jahresumsätzen von 50 Millionen DM und mehr hierfür mit 35,3 % den niedrigsten Umsatzanteil aufwenden. Die Prozentsätze der Tabelle können vor allem in den schwächer besetzten Umsatzgrößenklassen durch Extremwerte (z. B. Verrechnungspreise zwischen rechtlich selbständigen Betrieben eines Verlagsunternehmens) beeinflußt sein [42]).

2.1.3 Zustellkosten

Für Fremdleistungen im Bereich der Zustellung hatten die in der Bundespressestatistik 1975 gesondert erfaßten 273 Verlage von Abonnementstageszeitungen [43]) gemessen am Umsatz aus dem Vertriebs- und aus dem Anzeigengeschäft mit Zeitungen *und* Zeitschriften (einschl. Anzeigenblätter) im Gesamtdurchschnitt rund 5 % aufzuwenden, und zwar

[42]) Bei den Verlagen mit eigener (rechtlich unselbständiger) Druckerei lassen sich die Kosten der technischen Zeitungsherstellung schon wegen der von Unternehmen zu Unternehmen unterschiedlichen Gemeinkostenabgrenzung und des wechselnden Verhältnisses von Eigen- und Fremdleistungen im Rahmen dieser Statistik nicht isolieren.

[43]) Diese Zahl schließt keine Verlage ein, in denen (auch) Straßenverkaufszeitungen erscheinen oder deren Abonnementstageszeitung seltener als fünfmal wöchentlich herauskommt.

Tabelle B 28

Umsätze und ausgewählte Kosten im Jahr 1975 von Abonnementstageszeitungsverlagen [3]) mit eigener Druckerei

I. Umsätze

1	2	3	4	5	6	7	8	9
Umsatzgrößenklasse Millionen DM	Unternehmensanzahl 31. Dezember 1975	Umsatz insgesamt tausend DM	darunter aus: Zeitungsvertrieb tausend DM	darunter aus: Zeitungsanzeigen tausend DM	Sp. 3 + 4 tausend DM	Zeitschriftenvertrieb tausend DM	Zeitschriftenanzeigen tausend DM	Sp. 6 + 7 tausend DM	Sp. 5 + 8 tausend DM
unter 0,5	8	2 567,2	596,8	1 273,6	1 870,4	16,7	50,8	67,5	1 937,9
0,5 bis 1 ...	11	9 009,1	2 498,8	3 997,6	6 496,4	—	—	—	6 496,4
1 bis 2 ...	22	33 266,9	8 387,1	17 560,8	25 947,9	77,5	404,6	482,1	26 430,0
2 bis 5 ...	61	200 941,4	55 404,2	88 403,7	143 807,9	848,7	2 165,0	3 013,7	146 821,6
5 bis 10 ...	30	216 233,5	60 435,9	106 339,7	166 775,6	507,1	2 081,2	2 588,3	169 363,9
10 bis 25 ...	42	645 549,7	167 752,7	299 959,0	467 711,7	2 534,6	3 810,6	6 345,2	474 056,9
25 bis 50 ...	25	877 152,0	270 435,2	470 475,8	740 911,0	910,5	4 013,9	4 924,4	745 835,4
50 bis 100 ...	11	866 400,9	243 047,8	461 492,3	704 540,1	740,5	1 588,1	2 328,6	706 868,7
100 und mehr	5	724 782,4	151 305,5	386 844,4	538 149,9	2 209,8	5 994,1	8 203,9	546 353,8
insgesamt ...	215	3 575 903,1	959 863,9	1 836 347,0	2 796 210,9	7 845,4	20 108,3	27 953,7	2 824 164,6

II. Ausgewählte Kosten

Umsatzgrößenklasse Millionen DM	1 Unternehmensanzahl 31. Dezember 1975	10 Nachrichtenagenturen/ Pressedienste u. ä. tausend DM	%	11 Bezogene redaktionelle Teile tausend DM	%	12 Postzeitungsdienstgebühren [4] tausend DM	%	13 sonstige Post- und Fernmeldedienste tausend DM	%	14 Honorare für freie Mitarbeiter tausend DM	%	15 Personalkosten im Verlagsbereich Zeitung tausend DM	%
unter 0,5	8	14,8	*0,8*	130,8	*7,0*	43,5	*2,2*	38,4	*2,0*	46,8	*2,4*	813,9	*43,5*
0,5 bis 1 ...	11	55,8	*0,9*	241,4	*3,7*	123,4	*1,9*	137,1	*2,1*	164,2	*2,5*	2 046,2	*31,5*
1 bis 2 ...	22	144,4	*0,5*	1 063,4	*4,1*	396,8	*1,5*	385,3	*1,5*	543,7	*2,1*	6 381,8	*24,6*
2 bis 5 ...	61	968,8	*0,7*	5 358,6	*3,7*	3 098,5	*2,1*	2 107,7	*1,4*	2 483,0	*1,7*	48 432,0	*33,7*
5 bis 10 ...	30	909,4	*0,5*	4 564,9	*2,7*	1 849,8	*1,1*	2 341,0	*1,4*	2 919,6	*1,7*	52 077,0	*31,2*
10 bis 25 ...	42	4 546,4	*1,0*	9 028,9	*1,9*	6 856,3	*1,4*	6 476,4	*1,4*	9 621,0	*2,0*	149 938,0	*32,1*
25 bis 50 ...	25	8 341,6	*1,1*	2 907,1	*0,4*	9 310,2	*1,2*	10 643,8	*1,4*	15 874,1	*2,1*	223 496,5	*30,2*
50 bis 100 ...	11	8 422,9	*1,2*	64,7	—	2 913,7	*0,4*	8 835,9	*1,3*	13 121,9	*1,9*	198 719,6	*28,2*
100 und mehr	5	6 159,7	*1,1*	88,1	—	6 194,0	*1,1*	8 526,9	*1,6*	11 768,5	*2,2*	158 752,8	*29,5*
insgesamt ...	215	29 563,8	*1,0*	23 447,7	*0,8*	30 786,2	*1,1*	39 492,4	*1,4*	56 542,8	*2,0*	840 657,8	*30,1*

[1]) des Umsatzes aus dem Vertriebs- und dem Anzeigengeschäft mit Zeitungen *und* Zeitschriften (Sp. 9).
[2]) des Umsatzes aus dem Vertriebs- und dem Anzeigengeschäft mit Zeitungen (Sp. 5).
[3]) nur Verlage, die mindestens eine fünfmal wöchentlich oder häufiger erscheinende Abonnementszeitung, aber keine Straßenverkaufszeitung verlegen.
[4]) schließen auch Gebühren für Zeitschriftenzustellungen ein.

Quelle: Bundespressestatistik und eigene Berechnungen.

Tabelle B 29

Umsätze und ausgewählte Kosten im Jahr 1975 von Abonnementstageszeitungsverlagen o h n e eigene Druckerei

Umsatzgrößenklassen Millionen DM	1 Unternehmensanzahl 31. Dezember 1975	2 Umsatz insgesamt tausend DM	3 darunter aus: Zeitungsvertrieb tausend DM	4 darunter aus: Zeitungsanzeigen tausend DM	5 Sp. 3 + 4 tausend DM	6 Papier und Fremdleistungen der technischen Zeitungsherstellung tausend DM	% [1])
unter 1	3	1 591,1	498,3	1 011,4	1 509,7	583,5	*38,7*
1 bis 2	6	9 846,6	3 375,9	5 987,5	9 363,4	3 607,6	*36,6*
2 bis 5	10	33 491,8	11 632,5	20 718,5	32 351,0	12 732,1	*39,4*
5 bis 10	12	85 366,6	31 925,1	49 760,4	81 685,5	33 774,2	*41,3*
10 bis 25	12	169 585,3	56 851,6	106 624,8	163 476,4	72 712,0	*44,5*
25 bis 50	5	194 223,9	62 057,5	123 086,0	185 143,5	73 171,9	*39,5*
50 und mehr	10	787 874,1	239 328,8	528 621,4	767 950,2	271 415,8	*35,3*
insgesamt	58	1 281 979,4	405 669,7	835 810,0	1 241 479,7	467 997,0	*37,7*

[1]) des Umsatzes aus dem Vertriebs- und dem Anzeigengeschäft mit Zeitungen (Spalte 5).

Quelle: Bundespressestatistik 1975 und eigene Berechnungen.

1,1 % für Postzeitungsgebühren und 3,9 % für sonstige Fremdleistungen. Unter den Einzelkosten für Zustellungseigenleistungen fallen die Zustellerlöhne mit 4,4 % (der eben bezeichneten Bezugsgröße) besonders ins Gewicht. Je nach Vertriebsorganisation sind die sonstigen Fremdleistungen für Zustellung und die Zustellerlöhne gegeneinander austauschbar. Werden beide Größen zusammengefaßt, so bestätigt sich, daß die kleineren Zeitungen unterdurchschnittliche Zustellkosten haben; die Differenz zum Gesamtdurchschnitt beträgt bei ihnen in der Regel etwa ein bis drei Prozentpunkte.

Die von der Bundespressestatistik 1975 erfaßten 320 Abonnementstageszeitungen (Hauptausgaben) mit einer Erscheinenshäufigkeit von mindestens fünfmal wöchentlich hatten zusammen eine Abonnementsauflage von 12,4 Millionen (92 %), ihre Einzelverkaufsauflage belief sich auf 1,1 Millionen (8 %). Von der Abonnementsauflage wurden 11,5 Millionen (93 %) in Gebieten abgesetzt, über deren lokales Geschehen die abonnierte Zeitung regelmäßig berichtet. Bezogen auf die gesamte Abonnementsauflage von 12,4 Millionen betrug der *Zustellanteil* der verlagseigenen *Vertriebssysteme* 81,8 %, der der Deutschen Bundespost 8,8 % und der sonstigen Zustellformen 9,4 %. Bezogen auf die Abonnementsauflage von 11,5 Millionen in den Gebieten mit Lokalberichterstattung ergeben sich — in der eben genannten Reihenfolge — folgende Zustellanteile: 85,8 %, 5,2 % und 9,0 %.

Die *Einzelverkaufexemplare* wurden bei den eben erwähnten Abonnementstageszeitungen zu 95,5 % und bei den Straßenverkaufszeitungen zu 96,5 % über den Handel abgesetzt; der Rest entfiel auf den Direktverkauf. Bei den Straßenverkaufszeitungen lag der Auflagenanteil der Abonnementsexemplare unter 1 %.

2.1.4 Anzeigenerlösanteile, Auflagenhöhe und Seitenumfang

Die während der letzten zwei Jahrzehnte in der Grundtendenz stetige Erhöhung der *Anzeigenerlösanteile* am Umsatz der Tagespresse [44]) ist im Berichtszeitraum durch den Rückgang der Anzeigenerlöse im Jahre 1974 und die gleichzeitig veranlaßten Heraufsetzungen der Vertriebspreise unterbrochen worden: In den Jahren 1974 und 1975 sank bei den Abonnementstageszeitungen der Anzeigenerlösanteil auf etwa zwei Drittel ab. Er war jedoch 1976 und auch 1977 erneut im Steigen begriffen.

Wie die Tabelle B 30 belegt, bestand laut Bundespressestatistik 1975 eine enge positive Korrelation zwischen Auflagenhöhe und prozentualem Anzeigenerlösanteil der Abonnementstageszeitung. Für die Straßenverkaufszeitungen ist ein niedriger Anzeigenerlösanteil, im Einzelfall etwa zwischen 35 und 55 %, anzunehmen. Die von der Bundespressestatistik 1975 erfaßten Straßenverkaufszeitungen (darunter fünf fremdsprachige) hatten, insgesamt genommen, 43,1 % Anzeigen- und 56,9 % Vertriebserlösanteile.

Tabelle B 30

Prozentualer Anteil am Umsatz aus Vertrieb und Anzeigen der Abonnementszeitung [1]) im Jahr 1975 nach Auflagengrößenklassen

Auflagengrößenklasse von ... bis unter ...	Vertrieb	Anzeigen
unter 5 000	37,9	62,1
5 000 bis 10 000	36,3	63,7
10 000 bis 50 000	36,0	64,0
50 000 bis 125 000	35,5	64,5
125 000 bis 250 000	32,7	67,3
250 000 und mehr	29,5	70,5
insgesamt ...	33,6	66,4

[1]) mindestens fünfmal wöchentlich erscheinend.

Quelle: Bundespressestatistik 1975 und eigene Berechnungen.

Der Einfluß des Anzeigengeschäftes auf den *Seitenumfang* der Tageszeitungen wurde in der Rezessionsphase besonders deutlich. Wegen der Preisanhebungen entwickelten sich die Zuwachsraten der Anzeigenerlöse anders als die des verkauften Anzeigenraumes. Der mengenmäßige Anzeigenabsatz zeigt, bezogen auf das Quartal, erstmals wieder für IV/1975 und, bezogen auf das Jahr, erstmals für 1976 gegenüber dem Vorjahr eine positive Zuwachsrate. Die Anzeigenseitenumfänge des Jahres 1973 sind nach Tabelle B 31 erst im zweiten Halbjahr 1977 übertroffen worden. Das Mengenverhältnis des redaktionellen Textteils zum Anzeigenteil hat sich laut Tabelle B 32 nach der Rezession gegenüber dem ersten Drittel der siebziger Jahre verbessert — was auch medienpolitisch zu begrüßen ist. Allerdings lag in 1976 der absolute Umfang des redaktionellen Textteils noch unter dem der Vorjahre (Ausnahme: 1971). Die auflagenschwächeren Zeitungen erreichten, wie für 1975 die Bundespressestatistik bestätigt, trotz ihres *prozentual* höheren redaktionellen Textanteils auch im redaktionellen Teil nicht den *absoluten* Seitenumfang der auflagenstarken Blätter; sie hatten in der Regel niedrigere Abonnementspreise (vgl. Tabelle B 33).

[44]) Nach dem Zeitungsbetriebsvergleich Engelmann/Rutsatz stieg bei den Abonnementstageszeitungen der durchschnittliche Anzeigenerlösanteil von 46,6 % im Jahr 1954 auf 69,5 % im Jahr 1973; vgl. Tabelle B 23.

Tabelle B 31

Entwicklung der Seitenumfänge pro Quartals- und pro Jahresstück von 1973 bis 1977

Vergleichszeitraum	Seitenumfang [1]) insgesamt		Textseiten		Anzeigenseiten	
	absolut	Änderung zum Vorjahr in %	Anteil in %	Änderung zum Vorjahr in %	Anteil in %	Änderung zum Vorjahr in %
1973 insgesamt	11 704	—	53,9	—	46,1	—
I	2 957	—	53,9	—	46,1	—
II	2 988	—	52,2	—	47,8	—
III	2 744	—	56,8	—	43,2	—
IV	3 015	—	53,0	—	47,0	—
1974	10 571	− 9,68	55,9	− 6,31	44,1	−13,63
I	2 625	−11,24	56,9	− 6,44	43,1	−16,86
II	2 681	−10,26	53,9	− 7,25	46,1	−13,56
III	2 495	− 9,10	58,5	− 6,35	41,5	−12,70
IV	2 771	− 8,08	54,6	− 5,20	45,4	−11,33
1975	10 502	− 0,65	55,9	− 0,76	44,1	− 0,52
I	2 510	− 4,38	56,4	− 5,16	43,6	− 3,36
II	2 667	− 0,53	54,6	+ 0,67	45,4	− 1,94
III	2 485	− 0,40	58,8	+ 0,16	41,2	− 1,19
IV	2 840	+ 2,50	54,0	+ 1,28	46,0	+ 3,98
1976	10 960	+ 4,36	54,9	+ 2,59	45,1	+ 6,60
I	2 678	+ 6,69	56,4	+ 6,66	43,6	+ 6,76
II	2 509	− 5,91	52,2	− 9,98	47,8	− 1,02
III	2 734	+10,05	57,6	+ 7,82	42,4	+13,23
IV	3 038	+ 6,96	53,4	+ 5,76	46,6	+ 8,36
1977	11 732	+ 7,04	54,7	+ 6,65	45,3	+ 7,53
I	2 780	+ 3,82	55,4	+ 2,08	44,6	+ 6,05
II	2 924	+16,53	53,6	+19,66	46,4	+13,10
III	2 864	+ 4,73	56,8	+ 3,13	43,2	+ 6,91
IV	3 165	+ 4,17	53,2	+ 3,87	46,8	+ 4,52

[1]) Die Seitenumfänge der Zeitungen sind auf einheitliches Seitenformat (sog. Nullformat) umgerechnet; es handelt sich um Durchschnitte aus einer Grundgesamtheit von 64 Abonnementstageszeitungen.

Quelle: Konrad H. Teckentrup: Die Entwicklung der Seitenumfänge bei Tageszeitungen von 1965 bis 1977. In: „ZV+ZV", 75. Jg. 1978/Nr. 41—42, S. 1552.

Tabelle B 32

Durchschnittliche Seitenumfänge von Abonnementstageszeitungen

Jahr	Zahl der Anzeigenseiten pro Jahresstück	Index	Mengenverhältnis des redaktionellen Textes zum Anzeigenteil in %	Seitenanzahl je Ausgabe
1970	4 104	100	*56 : 44*	31
1971	4 056	99	*56 : 44*	29
1972	4 320	105	*56 : 44*	32
1973	4 764	116	*53 : 47*	34
1974	4 068	99	*56 : 44*	31
1975	3 756	92	*58 : 42*	30
1976	3 936	96	*57 : 43*	30

Quelle: Zeitungsbetriebsvergleich Engelmann/Rutsatz nach AfK: Materialien zur Medienstruktur und Kommunikationspolitik 1976, S. 40.

Tabelle B 33

Durchschnittliche Seitenumfänge und Bezugspreise von Abonnementstageszeitungen [1]) im Jahr 1975 nach Auflagengrößenklassen

Auflagengrößenklasse von ... bis unter ... Exemplare	Seitenzahl der Hauptausgabe pro Jahresstück in 1 000	Mengenverhältnis des redaktionellen Textes zum Anzeigenteil in %	Abonnementspreis im Dezember 1975 in DM
unter 5 000	5,02	*70 : 30*	9,81
5 000 bis 10 000 ...	5,59	*70 : 30*	10,52
10 000 bis 50 000 ...	7,06	*63 : 37*	11,01
50 000 bis 125 000 ...	8,14	*57 : 43*	11,52
125 000 bis 250 000 ...	8,71	*53 : 47*	11,06
250 000 und mehr ...	11,17	*45 : 55*	11,72
insgesamt ...	6,72	*62 : 38*	11,20

[1]) mindestens fünfmal wöchentlich erscheinende Zeitungen.

Quelle: Bundespressestatistik und eigene Berechnungen.

2.1.5 Entwicklung der Vertriebs- und der Anzeigenpreise

Der Trend der *Vertriebspreisentwicklung* in den Jahren 1973 bis 1977 ist nach den jährlichen Umsatzerhebungen des Bundesverbandes Deutscher Zeitungsverleger (die stets über 90 % der Tagespresseauflage erfaßten) gekennzeichnet durch kräftige Preisanhebungen in den Jahren 1974 und 1975, eine Phase relativer Preisstabilität während des Jahres 1976 und ein Wiederansteigen der Preise im Jahr 1977. Im einzelnen ergaben sich für diesen Zeitraum folgende *Jahreszuwachsraten* des Netto-Vertriebsumsatzes je Monatsstück: +7,7 % (1973), +13,8 % (1974), +14,0 % (1975), +1,6 % (1976) und +6,0 % (1977). Die entsprechenden durchschnittlichen *Monatsstückumsätze* betrugen: 5,72 DM (1973), 6,51 DM (1974), 7,42 DM (1975), 7,54 DM (1976), und 7,99 DM (1977); sie enthalten auch Umstäze der Straßenverkaufszeitungen, nicht jedoch die Zustellerlöhne. Die sich aus Tabelle B 23 für die dort erfaßten etwa 50 bis 60 *Abonnement*stageszeitungen sowie die sich aus den eben angeführten Gesamtdurchschnitten ergebenden Steigerungen der Vertriebserlöse je Monatsstück im vergleichbaren Zeitraum von 1973 bis 1976 stimmen mit je insgesamt rund 32 % weitgehend überein.

Die durchschnittlichen monatlichen *Aufwendungen eines 4-Personen-Arbeitnehmer-Haushaltes mittleren Einkommens für Zeitungen* erhöhten sich gegenüber 1973 (100 %) um 47,2 % in 1977. Die einzelnen Jahreszuwachsraten dieser Aufwendungen betrugen: 7,8 % (1973), 11,7 % (1974), 14,3 % (1975), 4,3 % (1976) und 10,5 % (1977). Hauptfaktor in der Rechnung sind die Aufwendungen für Tageszeitungen; diese spiegeln anteilig auch den Auflagenzuwachs wider: Die Verkaufsauflage der Tagespresse war im IV. Quartal 1977 um rund 9 % höher als die des IV. Quartals 1973 (die der darin enthaltenen Abonnementszeitungen um rund 3 % und die der Straßenverkaufszeitungen um rund 22 %).

Die *Anzeigenpreise* der Tagespresse haben sich, legt man den gesamtdurchschnittlichen Insertionspreis pro 1 000 der Auflage für die 1 mm hohe und 46 mm breite Zeile zugrunde, nach Ermittlungen einer Werbegesellschaft von 0,0225 DM (100 %) im Jahr 1973 auf 0,0269 DM (120 %) im Jahr 1977 erhöht [45]).

Wird die größte Straßenverkaufszeitung ausgeklammert, so ergibt sich für diesen Vergleichszeitraum ein Anstieg von 0,0261 DM (100 %) auf 0,0330 DM (126 %).

Auch langfristig gesehen, sind die Anzeigenpreise langsamer als die Vertriebspreise gewachsen: Nach dieser Quelle betrug der auf die gesamte Tagespresse bezogene durchschnittliche Insertionspreis im Jahre 1954, in dem die Straßenverkaufszeitungen bei weitem noch nicht ihr heutiges Gewicht hatten (vgl. Tabelle B 5 im Abschnitt B.I.1.1.1), 0,0210 DM. Bezieht man die jahresdurchschnittlichen Insertionspreise in 1977 von 0,0264 DM und von 0,0330 DM (ohne die größte Straßenverkaufszeitung) auf diese Basis, so ergeben sich Preisindizes von 128 % und von 157 %.

[45]) Statistische Zahlen über die Zeitungen. In: „ZV+ZV", 75. Jg. 1978/Nr. 13—14, S. 428.

2.2 Zeitschriftenpresse

Die Zeitschriftenpresse ist nach Verlagsbetrieben, Produkten und Märkten zu heterogen, um allgemeingültige Aussagen über ihre Betriebsergebnisse, Kosten, Umsätze und Preise zu ermöglichen. Dieser Abschnitt gibt eine Zusammenfassung von Ergebnis-, Kosten-, Umsatz- und Preisdaten, die der Bundesregierung über die medienpolitisch besonders relevanten Bereiche der unterhaltenden Publikumszeitschriften und der Fachzeitschriften vorliegen.

2.2.1 Unterhaltende Publikumszeitschriften

Zur jüngeren Entwicklung der *Betriebsergebnisse* bei den unterhaltenden Publikumszeitschriften finden sich in der Fachpresse einige Angaben. Sie stammen aus Erlös- und Kostenvergleichen, die von einer Wirtschaftsprüfungsgesellschaft im Auftrag des Verbandes Deutscher Zeitschriftenverleger (VDZ) über die Jahre 1974 bis 1976 bei gut der Hälfte der dort organisierten Verlage ausgeführt worden sind [46]). Der Umsatz in den zwei erfaßten Zeitschriftenbereichen von zusammen 2 336 Millionen DM entsprach 1975 rund 84 % des Betrages, den die Bundespressestatistik als Publikumszeitschriftenumsatz ausweist (vgl. Tabelle B 14).

Die Veröffentlichungen über die Vergleichsergebnisse nennen keine Umsatzgewinnraten, sondern lediglich die Entwicklungsrichtung der Betriebsergebnisse, gemessen am Vorjahr. Der Vergleich der Betriebsergebnisse des Jahres 1976 mit denen des Jahres 1975 erfaßt 21 Teilnehmer mit Objektgruppen (Objekten) des Bereiches a „Allgemeine Zeitschriften" und drei Teilnehmer mit Objektgruppen des Bereiches b „Romane und Rätsel usw." [47]).

17 der 21 Teilnehmer mit Objektgruppen des Bereiches a (81 %) und einer der drei Teilnehmer mit Objektgruppen des Bereiches b (33 %) konnten gegenüber dem Vorjahr Betriebsergebnisverbesserungen erwirtschaften. Bei sechs Teilnehmern mit Objekten des Bereiches a beschränkte sich die Verbesserung auf Verlustreduzierung. Die Gesamtzahl der Teilnehmer in 1976 mit verlustbringenden Objektgruppen des Bereiches a wird mit 8 von 21 oder mit 38 % (1975: 11 von 22 = 50 %) und die des Bereiches b — wie im Vorjahr — mit Null angegeben.

In der Regel hat sich die wirtschaftliche Situation der unterhaltenden Publikumszeitschriften in 1976 gegenüber 1975 vor allem infolge eines gewachsenen Anzeigengeschäftes erheblich verbessert. Diese Entwicklung können die veröffentlichten Trenddaten schon wegen des Gewichts, das etwaigen Zufälligkeiten angesichts der absolut niedrigen Teilnehmerzahl beizumessen ist, nur unvollkommen widerspiegeln. Eine Aufgliederung der Teilnehmer mit Objektgruppen des Bereiches a nach Umsatzgrößenklassen (bis 5 Millionen DM, über 5 bis 10 Millionen DM und über 10 Millionen DM) läßt immerhin erkennen, daß verlustbringende Objektgruppen in den zwei unteren Größenklassen des (Perioden-)Vergleichs relativ häufiger auftreten als in dessen oberster Umsatzgrößenklasse. Bei jenen werden 1976 von insgesamt sieben Objektgruppen fünf (71 %) als Verlustbringer ausgewiesen, bei diesen dagegen von insgesamt 14 nur drei (21 %). Im Jahre 1975 erzielten von insgesamt 13 Objektgruppen mit Jahresumsätzen über 10 Millionen DM zehn Gruppen (77 %) Gewinne, von den insgesamt neun Objektgruppen niedrigerer Umsatzgrößenklassen dagegen nur eine (11 %) [48]).

Zur jüngeren *Kosten*entwicklung bei den unterhaltenden Publikumszeitschriften liegen Veröffentlichungen mit repräsentativen Daten nicht vor.

Der *Umsatz*, den die von der Bundespressestatistik erfaßten 590 unterhaltenden Publikumszeitschriften im Jahre 1975 erzielten, belief sich auf insgesamt 2 790 Millionen DM; davon entfielen 1 753 Millionen DM (63 %) auf das Vertriebsgeschäft und 1 037 Millionen DM (37 %) auf das Anzeigengeschäft. Eine Aufgliederung dieser Gesamtumsätze nach Zeitschriftensparten sowie Angaben über den durchschnittlichen Jahresumsatz pro Titel enthält die Tabelle B 34. Die dort ausgewiesenen Durchschnittswerte über die prozentualen Umsatzanteile des Anzeigengeschäftes und der Durchschnittsumsatz pro Titel sind wegen der zum Teil immer noch sehr heterogenen Zusammensetzung der einzelnen Sparten für diese keineswegs immer repräsentativ. So ist etwa der Anzeigenumsatzanteil der vier wöchentlich erscheinenden Aktuellen Illustrierten weitaus höher als der Durchschnittssatz (39,6 %) der Sparte, in der diese Illustrierten mit 48 anderen Zeitschriften zusammengefaßt sind. Da das Angebot auf den relevanten Märkten der Publikumszeitschriften häufig oligopolistisch strukturiert ist (vgl. Tabelle B 20), scheitert eine wirklichkeitsnähere Aufbereitung der Zahlen oft schon an Verschlüsselungsproblemen.

Die Einzelverkaufspreise der hochauflagigen unterhaltenden Publikumszeitschriften sind von 1973 bis 1976 gestiegen, ausgenommen allein die (mit 2,50 DM unveränderte) oberste Preisgruppe der Frauenzeitschriften [49]). Am stärksten angehoben wurden die unteren Preisgruppen der sog. Bunten Wochenblätter oder Wochenendblätter (um 60 % auf 0,80 DM) und der Frauenzeitschriften (um 50 % auf 1,20 DM). Es folgen die oberen Preisgruppen der wö-

---

[46]) Vgl. Walter Mehl: Die wirtschaftliche Lage der deutschen Zeitschriften-Presse. In: „ZV+ZV", 73. Jg. 1976/Nr. 45—46; S. 1841—1844 und Walter Mehl: Erlös- und Kostenvergleich 1976. Die wirtschaftliche Lage der Zeitschriftenpresse. In: „ZV+ZV", 74. Jg. 1977/Nr. 44—45, S. 1870—1874. Die (zu wesentlichen Teilen auf Schätzungen basierenden) Ergebnisse für das Jahr 1974 sind wiedergegeben in Walter Mehl: Deutsche Presse in (roten) Zahlen II. In: „ZV+ZV", 72. Jg. 1975/Nr. 26, S. 737—743.

[47]) Die Anzahl der Objekte in den Objektgruppen der einzelnen Teilnehmer kann sehr unterschiedlich sein und im Einzelfall nur den Wert 1 erreichen.

[48]) Ob sich Objekte, deren Markteinführungsphase noch nicht abgeschlossen ist, auf die drei Größenklassen gleichmäßig verteilen, läßt die Veröffentlichung offen; doch spricht bereits die absolut niedrige Höhe der Gruppenbestände gegen solche Gleichmäßigkeit.

[49]) Vgl. AfK: Materialien zur Medienstruktur und Kommunikationspolitik 1976, S. 70 f.

Tabelle B 34

Unterhaltende Publikumszeitschriften 1975

— Jahresumsätze nach Sparten —

Unterhaltende Publikumszeitschriften nach Sparten	insgesamt tausend DM	aus Vertrieb tausend DM	aus Anzeigen		pro Titel [1] tausend DM
			tausend DM	in %	
Illustrierte, Magazine usw.	1 587 709	959 125	628 584	*39,6*	30 532,8
Motor, Reise, Freizeit, Hobby	127 669	73 141	54 528	*42,7*	2 059,2
Frauen, Familie, Mode, Wohnen	605 688	368 224	237 464	*39,2*	15 530,5
Jugendzeitschriften	77 362	66 907	10 455	*13,5*	2 578,7
Politik, Kultur, Populärwissenschaft	61 139	44 282	16 857	*27,6*	694,8
Romane, Rätsel, Comics	133 251	130 521	2 730	*2,0*	865,3
Sport	59 500	38 834	20 666	*34,7*	1 266,0
Sonstige	137 721	72 403	65 318	*47,4*	1 167,1
insgesamt	2 790 039	1 753 437	1 036 602	*37,2*	4 728,9

[1]) Durchschnitt aus Zeitschriftenanzahl (vgl. Tabelle B 18) und Gesamtumsatz.

Quelle: Bundespressestatistik 1975 und eigene Berechnungen.

chentlich erscheinenden Aktuellen Illustrierten (um 39 % auf 2,50 DM) und der Bunten Wochenblätter (um ein Drittel auf 1,20 DM). Um je 20 % gegenüber 1973 wurden bis 1976 angehoben die unteren Preisgruppen der wöchentlichen Aktuellen Illustrierten (auf 1,80 DM) und beide Preisgruppen der Rundfunkprogrammzeitschriften (auf 0,60 DM und auf 1,20 DM).

Mit Ausnahme der Illustrierten liegen die vorerwähnten Preisanhebungen über denen des Vergleichszeitraumes 1968 bis 1971.

Die *Anzeigenpreise* der unterhaltenden hochauflagigen Publikumszeitschriften änderten sich in den Jahren 1973 bis 1976 — bei unterschiedlichen Entwicklungstendenzen in einzelnen Sparten — in der Regel deutlich stärker als im Vergleichszeitraum 1969 bis 1972 [50]).

Die stärksten *Leistungsverbilligungen* ergaben sich für die sogenannten Bunten Wochenblätter (Wochenendblätter); ihre Anzeigenpreise je 1 000 Stück Verkaufsauflage haben sich mit einer Unterbrechung in den Jahren 1974/75 weiter verringert. Eine schwarz/weiße Anzeigenseite in diesen Blättern kostete 1976 etwa 88 % des 1969 dafür aufzuwendenden Tausenderpreises von damals durchschnittlich 14,31 DM. Auch die Rundfunkprogrammzeitschriften lagen gegenüber 1969 (100 %) nach einem bis 1973 (112 %) währenden Preisanstieg 1976 im Tausenderpreis für eine schwarz/weiße Anzeigenseite mit 12,10 DM noch um rund 3 % unter dem Durchschnittspreis von 1969 (12,42 DM).

[50]) Vgl. hierzu AfK: Materialien zur Medienstruktur und Kommunikationspolitik 1976, S. 72 ff.

Anhebungen der Anzeigenpreise im Zeitraum 1973 bis 1976 konnten die (wöchentlichen) Aktuellen Illustrierten und die Frauenzeitschriften durchsetzen. Der durchschnittliche Tausenderpreis für die schwarz/weiße Anzeigenseite erhöhte sich von 1969 bis 1976 in Illustrierten um 34 % auf 20,67 DM und in den Frauenzeitschriften um 7 % auf 15,90 DM. In jüngerer Zeit stimmten die Preistrends der schwarz/weißen und der (über 70 % teureren) farbigen Anzeigen bei allen der vier eben erwähnten Zeitschriftensparten in etwa überein.

2.2.2 Fachzeitschriften

Über die Entwicklung der *Betriebsergebnisse* bei den Fachzeitschriften liegen veröffentlichte Zahlen aus Erlös- und Kostenvergleichen vor, die von einer Wirtschaftsprüfungsgesellschaft im Auftrag des Verbandes Deutscher Zeitschriftenverleger (VDZ) für die Jahre 1974 bis 1976 bei etwa der Hälfte der dort organisierten Fachzeitschriftenverlage [51]) vorgenommen worden sind [52]). Der im Jahre 1976 vom Vergleich erfaßte Umsatz der insgesamt 100 einbezogenen Fachzeitschriften-Objekt*gruppen* (Teilnehmer) beläuft sich auf zusammen 574 Millionen DM (1975: 525 Millionen DM) und die Anzahl der Objekte auf 539 (1975: 575). Diese Zahlen lassen bereits erkennen, daß in 1976 — insgesamt genommen — mit einer um 6,3 % niedrigeren Objektzahl um 9,3 % hö-

[51]) Die Fachzeitschriften überwiegend wissenschaftlichen Inhalts werden größtenteils von Buchverlagen herausgegeben, die im „Börsenverein des Deutschen Buchhandels e. V." organisiert sind.

[52]) Vgl. die in Anm. 46 aufgeführten Beiträge von Walter Mehl.

here Umsätze erwirtschaftet worden sind. Die veröffentlichten Vergleichsergebnisse enthalten keine Umsatzgewinnraten, sondern nur Angaben über die Entwicklungsrichtung der Betriebsergebnisse, gemessen am Vorjahr. Die Anzahl der in diesen Periodenvergleich (1976 : 1975) eingehenden Fachzeitschriften-Objektgruppen beträgt 68; davon konnten 49 (= 72 %) ihr Betriebsergebnis gegenüber dem Vorjahr verbessern, 19 (= 28 %) verschlechterten sich. Die Anzahl der verlustbringenden Objektgruppen belief sich auf fünf (= 7,4 %).

Über die *Kostenentwicklung* bei den Fachzeitschriften liegen veröffentlichte Ergebnisse nicht vor.

Hinsichtlich der *Fachzeitschriftenumsätze* ist der Bundespressestatistik 1975 zu entnehmen, daß die dort erfaßten Fachzeitschriften einen Jahresumsatz von insgesamt 1 065 Millionen DM erreichten. Eine Aufgliederung dieser Zahl nach der Art der Zeitschriften und der Herkunft ihrer Umsätze sowie Angaben über die Anzeigenabhängigkeit und über den durchschnittlichen Jahresumsatz pro Titel sind der Tabelle B 35 zu entnehmen.

Über die Entwicklung der *Preise* im Vertriebs- und im Anzeigengeschäft der Fachzeitschriften lagen zum Berichtszeitpunkt keine repräsentativen Unterlagen vor.

Tabelle B 35

Fachzeitschriftenumsätze 1975 nach Sparten

Art der Zeitschrift	Fachzeitschriftenumsatz des Jahres 1975				
	insgesamt tausend DM	aus Vertrieb tausend DM	aus Anzeigen tausend DM	aus Anzeigen in %	pro Titel [1] tausend DM
I. Fachzeitschriften überwiegend wissenschaftlichen Inhalts					
Sprach- und Kulturwissenschaften	7 090	5 518	1 572	22,2	120,2
Recht, Wirtschaft, Gesellschaft	125 740	96 853	28 887	23,0	616,4
Mathematik und Naturwissenschaften	39 320	33 890	5 430	13,8	309,6
Medizin	166 044	46 609	119 436	71,9	638,6
Agrar-, Forst-, Ernährungswissenschaft	11 935	6 567	5 368	45,0	183,6
Ingenieurwissenschaft	77 908	29 642	48 267	62,0	568,7
insgesamt	428 038	219 078	208 960	48,8	502,4
II. Andere Fachzeitschriften					
Landwirtschaft, Ernährung	89 444	41 009	48 435	54,2	912,7
Industrie und Handwerk	210 566	55 311	155 255	73,7	838,9
Handel und Dienstleistungen	112 649	30 647	82 001	72,8	866,5
Öffentliche Verwaltung	9 618	7 143	2 475	25,7	234,6
Gesundheitswesen	11 658	5 880	5 778	49,6	315,1
Bildung und Erziehung	37 826	29 623	8 204	21,7	259,1
Sonstige	165 612	74 728	90 883	54,9	522,4
insgesamt	637 372	244 341	393 031	61,7	624,9
III. Fachzeitschriften insgesamt	1 065 410	463 419	601 991	56,5	569,1

[1]) Durchschnitt aus Zeitschriftenanzahl (vgl. Tabellen B 21 und B 22) und Gesamtumsatz.

Quelle: Bundespressestatistik und eigene Berechnungen.

3 Kooperationen in der periodischen Presse

Im Abschnitt B.I.2.1 ist der bekannte, aber in der medienpolitischen Diskussion nicht immer genügend beachtete Sachverhalt, daß die Stückkosten bestimmter Funktionsbereiche des Pressebetriebes bei (kapazitätskonformer) Auflagensteigerung sinken, mit Zahlen aus dem Bereich der Tageszeitung belegt worden. Ersparnisse aus auflagenabhängiger Stückkostendegression lassen sich auch auf dem Wege zwischenbetrieblicher Kooperation erzielen. Dieser Weg bietet sich insbesondere für kleine und mittlere Presseverlage an, vor allem dann, wenn sie auf ihren Märkten nicht oder nur innerhalb enger Grenzen expandieren können.

Von der Kostenersparnis her gesehen ist es am lohnendsten, die Kooperation auf Funktionsbereiche zu erstrecken, deren Leistungen sich für die Partner mit besonders geringem Aufwand austauschbar (fungibel) machen lassen. Dazu gehört bei Tageszeitungsbetrieben, die sich an primär durch Gebietszugehörigkeit definierte Zielgruppen wenden, vor allem das Beschaffen und Bearbeiten überregional verwertbarer Informationen (etwa von Meldungen und Kommentaren zum Weltgeschehen oder auch von Markenartikelanzeigen) sowie deren Vervielfältigung.

In der Tagespresse ist die zwischenbetriebliche Kooperation auf redaktionellem Gebiet (vgl. hierzu Abschnitt B.I.1.1.1d) weiter verbreitet als die im herstellungstechnischen Bereich: So stellten 57 der 121 im Juli 1976 bestehenden Vollredaktionen den Text des Zeitungsmantels auch betriebsfremden Zeitungen (insgesamt 282) zur Verfügung.

Von 320 Tagesabonnementszeitungen hatten laut Bundespressestatistik 1975 zwar 186 (58,1 %) die redaktionelle Arbeit am sogenannten Zeitungsmantel, dessen Druck jedoch nur 142 (44,4 %) völlig auf Fremdbetriebe übertragen. Dabei ist zu beachten, daß die häufig vorkommenden rechtlich selbständigen Verlagsdruckereien in der Statistik als Fremdbetriebe erfaßt sind. Dagegen ist es relativ selten, daß ein Unternehmen, das ausschließlich Zeitschriften verlegt, eine eigene (rechtlich unselbständige) Druckerei besitzt: Nach der Bundespressestatistik 1975 traf dies unter insgesamt 569 erfaßten Fällen nur 26 mal (4,6 %) zu.

Tabelle B 36 stellt für die Tagespresse die Anzahlentwicklung derjenigen zwischenbetrieblichen Kooperationen dar, die — funktional gesehen — eine vielfältigere Bindung einschließen als ein Vertrag über Bezug/Lieferung von Matern für den redaktionellen Textteil oder die gelegentliche Zusammenarbeit auf dem Markt der überregionalen Anzeigen. Diese Kooperationen erfordern (jedenfalls bei einem Teil der Partner) die Ausgliederung betrieblicher Funktionsbereiche sowohl der technischen Herstellung als auch des Vertriebs- und Anzeigengeschäftes, also Funktionsausgliederungen, wie sie zum Beispiel bei der zentralen Herstellung gemeinsamer Anzeigenteile oder in den Fällen vorkommen, in denen der Zeitungsmantel als fertiges Druckerzeugnis zugeliefert wird.

Tabelle B 36

Zwischenbetriebliche Kooperationen in der deutschen Tagespresse 1954 bis 1976

Jahr	Zahl der Verlagsbetriebe, die Zeitungen herausgeben	darunter: Verlagsbetriebe, die an Kooperationen beteiligt sind, die über redaktionelle Zusammenarbeit und die Zugehörigkeit zu Anzeigenringen hinausgehen	
	absolut	absolut	in %
1954	624	172	*27,6*
1964	573	207	*36,1*
1967	535	212	*39,6*
1973	438	228	*52,1*
1976	403	228	*56,6*

Quelle: Walter J. Schütz, hier nach Medienbericht 1974, Drucksache 7/2104 S. 37 und für 1976 Sonderauszählung aus Walter J. Schütz: Die redaktionelle und verlegerische Struktur der deutschen Tagespresse. In: „Media Perspektiven", Nr. 4/1978. S. 292 bis 304.

Zur Kooperation im Vertriebsbereich der Tagespresse wird auf die Darstellung im Medienbericht 1974 [53]) verwiesen. Wegen ihrer wachsenden Bedeutung werden im folgenden typische Kooperationen im Anzeigengeschäft der periodischen Presse gesondert dargestellt.

3.1 Kooperationen im Anzeigengeschäft der Tagespresse

Gemessen sowohl am Auflagenanteil als auch an der Zeitungsanzahl bedient sich mehr als die Hälfte der Tagespresse bei der Abwicklung des Anzeigengeschäftes zwischenbetrieblicher Kooperationen. Unter den kleineren Abonnementstageszeitungen (hier: Zeitungen, die wöchentlich mindestens fünfmal erscheinen) sind solche Kooperationen besonders häufig: Nach dem Ergebnis der Bundespressestatistik 1975 waren in den Auflagengrößenklassen unterhalb 50 000 Stück Verkaufsauflage insgesamt 82,6 % der Hauptausgaben, nämlich 204 von 247, einem Anzeigenring oder einer Anzeigengemeinschaft angeschlossen, in den darüberliegenden Auflagengrößenklassen noch 50,7 % (37 von 73).

Die auf den Anzeigenmärkten der Tagespresse anzutreffenden typischen Formen zwischenbetrieblicher Kooperation unterscheiden sich nach folgenden Merkmalen:

1. Nach dem *Aufgabenumfang* in Kooperationen,
   a) die sich nur auf die Preisgestaltung (Gemeinschaftstarif mit Kombinationsrabatt), Akquisition und die administrative Auftragsabwicklung erstrecken,

[53]) Medienbericht 1974, Drucksache 7/2104 S. 37 ff.

b) die darüber hinaus auch unmittelbar in den technischen Betrieb, in Satz- und Umbruchgestaltung, eingreifen, also gemeinsame Anzeigenteile vorsehen.

2. Nach der *organisatorischen Lösung* in Kooperationen, deren betriebliche Funktionen
   a) eine ausgegliederte Gemeinschaftseinrichtung ausübt oder
   b) eines der beteiligten Unternehmen im eigenen Betrieb nebenher wahrnimmt.
3. Nach dem *Partnerverhältnis* in Kooperationen zwischen
   a) voneinander unabhängigen Unternehmen
   b) durch wirtschaftliche Beherrschung verbundenen Partnern
   c) Kombinationen von a) und b).

Eine einheitliche Terminologie für die verschiedenen Kooperationsformen hat sich noch nicht herausgebildet. Der Aufgabenumfang der Kooperation und deren organisatorische Lösung richtet sich in der Regel nach dem Partnerverhältnis im Sinne der Ziffer 3. Zwischen Partnern, die durch Kapitalbeteiligung bzw. auf sonstige Weise, etwa durch Mantellieferungsverträge, ohnehin eng verbunden sind, lassen sich Kooperationsvereinbarungen einfacher treffen als zwischen völlig unabhängigen, vielleicht (in Randzonen) konkurrierenden Unternehmen. Deshalb finden sich Kombinationen der Kooperationsmerkmale 1 a) und 2 a) mit 3 a—b) sowie der Merkmale 1 b) und 2 b) mit 3 c) besonders häufig.

Die Kooperation erleichtert den angeschlossenen Lokal/Regionalzeitungen die Akquisition von Anzeigenaufträgen überregional inserierender Kunden, indem sie diesen die Abdeckung größerer Gebiete mit Tagespresseanzeigen *preislich* durch Gemeinschaftstarife, die Kombinationsrabatte einschließen, und *administrativ* durch zentrale Auftragsbearbeitung anziehender macht. Insoweit verringert sie Vorsprünge, welche die großen unterhaltenden Zeitschriften überregionaler Verbreitung im intermediären Wettbewerb um überregionale Anzeigen gegenüber der Tagespresse haben. Gelegentlich wird die Zeitungskooperation im Anzeigengeschäft zusätzlich durch den intramediären Wettbewerb stimuliert (z. B. in Nordrhein-Westfalen, wo zwei konkurrierende Kooperationseinheiten zusammen mehr als zwei Drittel der dort verbreiteten Abonnementstageszeitungen umfassen).

Eine im Auftrag der Bundesregierung vorgenommene Untersuchung der Anzeigenkooperationen in der Tagespresse [54]) hat 52 solcher Kooperationen mit einer Auflage von insgesamt 10,8 Millionen (I/75) festgestellt. Danach betrug die durchschnittliche Auflage der Zeitungen mit Kooperationsbindung, bezogen auf die Anzahl der Hauptausgaben, rd. 109 000 Exemplare gegenüber einem entsprechenden Durchschnitt von rund 50 000 für die gesamte Tagespresse. Der sich für alle 52 Anzeigenkooperationen bei *Gesamtbelegungen* unter Ausnutzung des „Ringrabatts" ergebende durchschnittliche Anzeigenpreis pro Millimeterzeile (1 mm hoch, 46 mm breit) und je 1 000 verkaufte Exemplare lag mit 2,49 Pf um rd. 18 % unter dem Gesamtdurchschnitt der Tagespresse (ohne die größte Straßenverkaufzeitung) bei *Einzelbelegungen* (laut Gabler-Statistik 3,02 Pf). Verläßliche Zahlen darüber, in welchem Ausmaß die Anzeigenkooperationen das Aufkommen an überregionalen Anzeigen für die Tagespresse erhöht haben, liegen nicht vor.

3.2 Titelkombinationen im Anzeigengeschäft der unterhaltenden Publikumszeitschriften

Nach dem Ergebnis einer im Auftrag der Bundesregierung vorgenommenen Untersuchung [55]) gewähren seit einigen Jahren sowohl Verlage unterhaltender Zeitschriften als auch Verlage mit Zeitschriften, die auf Sport oder sonstige Freizeitbeschäftigung ausgerichtet sind, in höherer Anzahl als bisher Verbilligungen dafür, daß ein Kunde seinen Anzeigenauftrag auf mehr als nur eines ihrer Objekte (Zeitschriftentitel) erstreckt: Von insgesamt 22 rabattbegünstigten Titelkombinationen, die von der Untersuchung erfaßt worden sind, stammen nur zwölf aus den Jahren vor 1973.

3.2.1 Kombinationsrabatte für die Belegung mehrerer Titel eines Unternehmens

Kombinationsrabatte werden dem Inserenten für die Belegung mehrerer Titel *eines* Unternehmens eingeräumt. Eine solche preispolitische Maßnahme dient nicht immer allein dazu, den Inserenten an andere anzeigentragende Verlagsobjekte heranzuführen; sie kann auch, etwa in Stagnationsphasen, generelle Anzeigenpreiskonzessionen an bedeutende Inserenten ohne Verletzung der Preislistentreue verdecken oder u. U. auch gezielt als Instrument des Verdrängungswettbewerbes eingesetzt werden. Im Einzelfall können sich derartige Rabatte der Grenze des wettbewerbsrechtlich Bedenklichen nähern oder sie überschreiten: Ein Verstoß gegen das GWB [56]) kann insbesondere dann vorliegen, wenn der Kombinationsrabatt von marktbeherrschenden Verlagen dazu eingesetzt wird, ihre Marktposition in einer Weise auszubauen, die nicht leistungsgerecht ist. Der Kombinationsrabatt ist vor allem ein preispolitisches Instrument des Großverlages: Je größer die Zeitschriftenpalette eines Verlagshauses, um so besser lassen sich Titelkombinationen bilden, deren Zielgruppen den Wünschen des Inserenten entsprechen. Fast alle führenden Zeitschriftengroßverlage boten im Untersuchungszeitraum (1975) rabattbegünstigte Titelkombinationen an.

---

[54]) Beratungsgruppe Uenk: Anzeigenkooperationen und ihre Bedeutung für die Tagespresse in der Bundesrepublik Deutschland. Gutachten für das Bundesministerium des Innern. München 1975 (unveröff.), S. 71 ff.

[55]) Beratungsgruppe Uenk: Die Bedeutung von Anzeigenkombinationen für die Publikumszeitschriften in der Bundesrepublik Deutschland. Gutachten für das Bundesministerium des Innern. München 1976 (unveröff.).

[56]) Vgl. §§ 22, 26 GWB.

a) Die hochauflagigen, in Großverlagen erscheinenden unterhaltenden Zeitschriften, für deren kombinierte Belegung Rabatt in Anspruch genommen werden konnte, hatten 1975 mit insgesamt neun Kombinationsgruppen, die zusammen 21 Titel mit insgesamt 25,5 Millionen Verkaufsauflage umfaßten, einen Anteil an der Verkaufsauflage aller von der IVW erfaßten 223 Publikumszeitschriften (69,7 Millionen Exemplare) von rund 36,6 %. Innerhalb der einzelnen Zeitschriftensparten, also im Bereich intensiveren Wettbewerbs, erreichten die Auflagen der dort möglichen Titelkombinationen Anteile zwischen 8 % und 48 %.

b) Von den auf Sport oder sonstige Freizeitbeschäftigung ausgerichteten Zeitschriften (einschl. Comics und Erlebnismagazinen) gehörten 33 Titel mit einer Verkaufsauflage von insgesamt 2,7 Millionen einer oder mehrerer von insgesamt zehn Kombinationsgruppen an [57]).

3.2.2 Kombinationen aus Zeitschriftentiteln unterschiedlicher selbständiger Verlage

Daneben gibt es auch rabattbegünstigte *Kombinationen aus Zeitschriftentiteln unterschiedlicher selbständiger Verlage*. In diesen Fällen handelt es sich um Kooperationen zur Akquisition und Abwicklung vor allem von Markenartikelanzeigen. Kooperationspartner sind Verlage auflagenschwächerer Zeitschriften, deren thematisch bestimmte Zielgruppeneingrenzung einen Wettbewerb im Vertriebsbereich ausschließt.

Die gemeinsame Belegung solcher Zeitschriften kann für einen Inserenten aber gleichwohl sinnvoll sein. Dazu gehören Hobby/Freizeit-Periodika für kaufkräftige Zielgruppen, sowie Jugend- und Popzeitschriften. Von der Untersuchung wurden drei Kombinationen erfaßt, in die zusammen elf Zeitschriften mit insgesamt 0,6 Millionen Verkaufsauflage eingehen [58]).

4 Vertrieb von Zeitungen und Zeitschriften

4.1 Einzelhandel

Bei Berichtsabfassung lagen erste Ergebnisse der letzten Einzelhandels-Strukturanalyse des Verbandes Deutscher Buch-, Zeitungs- und Zeitschriften-Grossisten e. V. (Grosso-Verband) vor. Demnach entspricht die Darstellung der Verkaufsstellenstruktur im Medienbericht 1974 [59]) im wesentlichen noch dem derzeitigen Stand. Gegenüber 1973 hat sich jedoch die Zahl der von den Grossisten belieferten Pressevertriebsstellen von 82 257 auf 84 366 (1976) erhöht. Davon wurden 76 387 (90,5 %) durch einen Grossisten und 7 979 (9,5 %) durch zwei Grossisten beliefert.

[57]) Beratungsgruppe Uenk: Anzeigenkombinationen, a. a. O. (vgl. Anm. 55), S. 87 und S. 74.
[58]) ebenda, S. 110.
[59]) Medienbericht 1974, Drucksache 7/2104, S. 37 ff.

4.2 Großhandel

Seit 1970 hat sich die Zahl der Zeitungs- und Zeitschriften-Grossisten (ZZ-Grossisten) von damals 111 über 96 im Jahre 1973 weiter auf etwa 83 im Jahre 1978 verringert. Davon sind etwa 75 Firmen in ihrem Gebiet Alleinauslieferer aller über das ZZ-Grosso vertriebenen Objekte (Gebietstrennung) und insgesamt acht Firmen sind in vier Gebieten je zu zweit tätig und haben dort die Alleinauslieferung bestimmter Objekte (Objekttrennung). Nach Darstellung des Grosso-Verbandes ist insbesondere die Gebietstrennung weitgehend dem Einfluß der Großverlage zuzuschreiben. Diese Verlage, deren auflagenstarke Titel über 70 % des Gesamtumsatzes im ZZ-Grosso bestreiten, legten Wert auf eine möglichst kostengünstige Abwicklung der Grossofunktionen. Dabei ist vor allem daran gedacht, die Remissionsquoten möglichst niedrig zu halten: Alle Verlage räumen nämlich dem Handel das Recht ein, unverkaufte Exemplare ihrer Periodika gegen volle Preiserstattung zurückzugeben (sog. Remissionsrecht) [60]). An fünf Unternehmen des Zeitungs- und Zeitschriften-Großhandels sind Großverlage beteiligt.

Laut Bundespressestatistik wurden im IV. Quartal 1975 von rund 1,11 Millionen erfaßten Einzelverkaufsexemplaren Tagesauflage der fünfmal wöchentlich oder häufiger erscheinenden Abonnementstagespresse 69,8 % über den Großhandel, 25,7 % unmittelbar über den Einzelhandel und 4,5 % im Direktverkauf des Verlages vertrieben. Für die 8,34 Millionen Einzelverkaufsauflage der Straßenverkaufszeitungen betrugen die entsprechenden Vertriebsanteile 85,6 %, 10,9 % und 3,5 %. Die Anteile der Einzelverkaufsexemplare an der gesamten Verkaufsauflage betrugen bei den vorerwähnten Abonnementszeitungen 8,2 % und bei den Straßenverkaufszeitungen 98,5 %.

Von der Zeitschriftenpresse wurden im IV. Quartal 1975 von insgesamt 120,9 Millionen Verkaufsauflage 49,2 Millionen (40,7 %) im Einzelverkauf abgesetzt. Die Vertriebswege dieser Einzelverkaufsexemplare sind in der Bundespressestatistik nicht weiter untergliedert, weil davon ausgegangen werden kann, daß sie im wesentlichen über den Handel abgesetzt werden.

4.3 Zustellung

Die im Medienbericht 1974 [61]) gegebene Darstellung der Zustellorganisation bei den Abonnementstageszeitungen gilt auch für die Verhältnisse im Jahre 1978.

Zur Inanspruchnahme des Postzeitungsdienstes wird im einzelnen auf eine Strukturuntersuchung der Deutschen Bundespost verwiesen, deren wichtigste Ergebnisse im Bericht vom 3. Dezember 1975 der Gemeinsamen Kommission Postzeitungsdienst veröffentlicht sind [62]). Danach haben im Jahre 1973

[60]) Zu hier aufgetretenen wettbewerbsrechtlichen Fragen wird auf Abschnitt B.I.8.3 verwiesen.
[61]) Medienbericht 1974, Drucksache 7/2104 S. 38 f.
[62]) Bericht der Gemeinsamen Kommission Postzeitungsdienst vom 3. Dezember 1975, S. 14 ff.

die vier auflagenstärksten Periodikakategorien folgende Anteile ihrer *Druckauflage* über die Post (als Postvertriebsstücke, Postzeitungsgut oder Streifbandzeitung) versandt: [63])

	in %
Vereins- und Verbandsblätter	*83,5*
Fachzeitschriften	*50,8* [64])
Publikumszeitschriften	*21,5*
Tageszeitungen	*8,9*

Der relativ geringe Anteil der Tagespresse von 8,9 % ist eine Durchschnittsgröße, die überregionale und vereinzelt auch regionale Zeitungen mit Postauflagenanteilen von 30 % und mehr einschließt. Nach den Feststellungen der vorerwähnten Kommission, in der Vertreter der Deutschen Bundespost und der Verlegerverbände zusammenwirkten, wäre der Aufbau eines umfassenden vollständig außerpostalisch arbeitenden Pressezustellnetzes wirtschaftlich nicht sinnvoll, weil es Verbundvorteile des Zustellnetzes der Deutschen Bundespost nicht nutzen könnte [65]). Auch ist vor allem für die Tagespresse zu berücksichtigen, daß in der Regel das überregionale Vertriebsgeschäft eine Verlustquelle bildet, solange es sich nicht durch ein ausreichendes überregionales Anzeigengeschäft wirtschaftlich abstützen läßt. Tageszeitungen können jedoch in Zielgruppen außerhalb ihres Kernverbreitungsgebietes nur selten eine für die Inserenten befriedigende Reichweite erzielen.

5 Pressekonzentration und Wettbewerb

Seit mehr als zwei Jahrzehnten ist im Pressewesen, wie in vielen anderen Wirtschaftszweigen, ein Trend zu größeren Betriebseinheiten zu beobachten. Verlauf, Entwicklungsstand und Wettbewerbswirkungen dieses Prozesses in den einzelnen Sektoren des Pressewesens differieren:

Der *Sektor der unterhaltenden Publikumszeitschriften* hatte schon in den sechziger Jahren einen hohen Konzentrationsgrad erreicht; dementsprechend war hier auch in den letzten Jahren der Konzentrationsprozeß weniger ausgeprägt. Auf den relevanten Märkten dieses Pressezweiges findet sich in der Regel ein oligopolistisch strukturiertes Angebot [66]) und damit ein breites Spektrum des Verhaltens im Wettbewerb.

Unauffälliger als bei den unterhaltenden Publikumszeitschriften änderten sich die Betriebsgrößenstrukturen im *Buchverlagswesen* und in der *Fachzeitschriftenpresse* [67]). Pauschale Aussagen über die Wettbewerbssituation in diesen beiden Pressezweigen wären wegen der Vielfalt der Märkte schon im Ansatz problematisch. Gleichwohl gilt auch hier, daß der Trend zum Großbetrieb Gefahren birgt und besondere Anforderungen an das Bewahren wirksamen Wettbewerbs stellt.

In der *Tagespresse,* deren intramediäre Wettbewerbssituation wegen ihres besonderen medienpolitischen Interesses im folgenden näher darzustellen ist, hat, ordnungspolitisch und gesamtwirtschaftlich gesehen, der Strukturwandel zu größeren Betriebseinheiten ambilavente Wirkungen gezeitigt [68]). So hat er einerseits mit dem wachsenden Anzeigengeschäft dazu beigetragen, das redaktionelle Angebot und die publizistische Leistungsfähigkeit der einzelnen Zeitung beträchtlich zu vergrößern, andererseits aber auf vielen lokalen/regionalen Märkten zu einer starken Verringerung des Wettbewerbs geführt:

In den letzten 25 Jahren haben sich in der Abonnementstagespresse sowohl der durchschnittliche *Seitenumfang* des redaktionellen Textes als auch der des Anzeigenteils etwa verdoppelt. Die durchschnittliche *Verkaufsauflage* je Vollredaktion hat sich von 1954 (100 %) bis 1976 auf 271 % erhöht, die durchschnittliche *Zahl der Redakteure* etwa verdoppelt. Die Zunahme der Betriebsgrößen gestattet den Verlagen, die mit erhöhter Arbeitsteiligkeit erzielbaren Qualitätsgewinne auszuschöpfen. Allerdings sind diese Vorteile überwiegend denjenigen Redaktionsbereichen zugute gekommen, die ohnehin seit langem in einem vergleichsweise intensiven publizistischen Wettbewerb sowohl innerhalb der Tagespresse als auch mit anderen Massenmedien stehen.

Dagegen hat offenbar die *Lokalberichterstattung* der Tageszeitungen vom Trend zur größeren Betriebseinheit weniger profitiert oder zum Teil sogar Einbußen erlitten. So sind in der Folge von Änderungen der Kreis- bzw. Gemeindegrenzen Bezirksausgaben zusammengelegt worden, ohne daß der Umfang der lokalen Berichterstattung entsprechend erweitert worden wäre. Andererseits ist aber auch die Zahl der redaktionellen Ausgaben (in der sich zu einem guten Teil das Ausmaß lokal differenzierter Berichterstattung spiegelt) gegenüber 1954 nur *relativ* geringfügig zurückgegangen, bis 1976 nur um 18 %, obgleich sich in dieser Zeit der prozentuale Anteil der Ein-Zeitungs-Kreise verdrei-

[63]) Die prozentualen Anteile der Bundespost an der Zustellung abonnierter Zeitschriften sind im Abschnitt B.I.2.2, die Zustellkosten der Abonnementstagespresse im Abschnitt B.I.2.1 behandelt. Die aus der Bundespressestatistik entnommenen prozentualen Zustellanteile beziehen sich auf die *Verkaufsauflagen;* auch sind die Fachzeitschriften in der Bundespressestatistik anders abgegrenzt als in der Kommissionsstatistik.

[64]) Bei weiter Auslegung des Begriffs Fachzeitschriften; für Fachzeitschriften im engeren Sinne ca. 80 % in Übereinstimmung mit der Bundespressestatistik 1975; siehe auch Bericht der gemeinsamen Kommission Postzeitungsdienst vom 3. Dezember 1975, S. 23.

[65]) ebenda, S. 32.

[66]) Vgl. hierzu etwa Tabelle B 20 im Abschnitt B.I.1.2.3

[67]) Angaben über die Betriebsgrößenstrukturen in diesen beiden Bereichen in den Abschnitten B.I.1.2.4 und B.I.6.1

[68]) Angaben zum Wandel der Betriebsgrößenstruktur im Abschnitt B.I.1.1 (Überblick in Tabelle B 3). Die Stellung der Tagespresse im intermediären Wettbewerb der Massenmedien (unterhaltende Publikumszeitschriften, Fernsehen, Hörfunk, Film) hat die „Michel-Kommission I", die die „Wettbewerbsgleichheit von Presse, Funk/Fernsehen und Film" zu untersuchen hatte, in ihrem 1967 als Drucksache V/2120 erschienenen Bericht eingehend behandelt.

facht hat und heute über 45 % beträgt. Entsprechend ist die sich für diesen Zeitraum ergebende Zuwachsrate der durchschnittlichen Verkaufsauflage je redaktioneller Ausgabe noch nicht einmal halb so groß wie die der Vollredaktionen; sie beträgt 78 %. Dies und die in der Lokalberichterstattung weitgehend entfallenden Möglichkeiten zwischenbetrieblicher Kooperation bedingen Unterschiede zwischen den redaktionellen Personalstückkosten des Zeitungsmantels und des Lokalteils, die auf den Seitenumfang der redaktionellen Texte zurückwirken können, wenn keine übergeordneten betriebspolitischen (verlegerischen) Erwägungen — etwa Wettbewerbsgründe oder die Erfordernisse des lokalen Anzeigengeschäftes — entgegenstehen.

Die regelmäßige Berichterstattung über das örtliche Geschehen im eigenen Verbreitungsgebiet ermöglicht es der lokalen/regionalen Tageszeitung, sich beim weitaus größten Teil ihrer Leserschaft von den anderen Tageszeitungen gleicher Kategorie (Abonnementszeitung oder Straßenverkaufszeitung), die diese Leistung nicht bieten, kaufentscheidend abzuheben. Ohne sie läßt sich im lokalen/regionalen Markt kaum eine wirtschaftlich tragfähige Reichweite [69]) erlangen. Deshalb kann die *Intensität des Wettbewerbes auf einem lokalen/regionalen Markt der Abonnementstagespresse* weitgehend danach beurteilt werden, wieviel regelmäßig lokal berichtende Abonnementstageszeitungen dort mit welchen Reichweiten vertreten sind:

Von den 403 im Bundesgebiet als Tageszeitungsherausgeber tätigen Verlagsbetrieben verbreiteten im Juli 1976 fünfzehn entweder eine Straßenverkaufszeitung oder eine im engeren Sinne überregionale Abonnementstageszeitung [70]). Die übrigen 388 vertrieben mehr als 50 % (in der Regel über 90 %) der Verkaufsauflage ihrer Abonnementstageszeitung in einem lokal oder regional begrenzten Absatzraum, der sich im Einzelfall in mehr oder minder zahlreiche Teilmärkte mit je unterschiedlicher Wettbewerbssituation aufgliedern kann. Gruppiert man jeden davon nach seiner *Position im örtlichen Wettbewerb* zwischen den lokal berichtenden Abonnementstageszeitungen, und zwar nach seinen Anteilen an den relevanten Gesamtauflagen derjenigen Teilmärkte, auf denen er den überwiegenden Teil seiner Verkaufsauflage absetzte, dann ergibt sich folgendes Gesamtbild: Von den 388 Verlagsbetrieben (= 100 %) befanden sich, so gesehen, überwiegend in Alleinanbieterposition 124 (31,9 %), überwiegend in Erstanbieterposition (größter Anteil an der relevanten Gesamtauflage) 204 (52,6 %) und überwiegend in nachrangiger Position 60 (15,5 %).

Die Anteile dieser drei Gruppen an der insgesamt verkauften Auflage von 12,64 Millionen (= 100 %) betrugen — in der vorigen Reihenfolge — 34,2 %, 53,6 % und 12,2 %, ihre durchschnittliche Verkaufsauflage je Verlagsbetrieb rd. 34 800, 33 200 und 25 800 Exemplare.

[69]) Anteil der erreichten örtlichen Haushalte bezogen auf deren Gesamtzahl.

[70]) Quelle für diese und die folgenden Daten: Walter J. Schütz: Zeitungsdichte und Zeitungswettbewerb in der Bundesrepublik Deutschland 1976. In: „Publizistik", 23. Jg. 1978/Heft 1—2, S. 58 bis 74.

In der Gruppe der *Verlagsbetriebe überwiegend nachrangiger Position* befinden sich auch auflagenstarke Zeitungen, die auf ihren Märkten im Anzeigengeschäft mit Erstanbietern aus der eigenen Verlagsgruppe zusammenarbeiten und bei Zusammenfassung der kooperierenden unternehmenseigenen Auflage in die Gruppe der Allein- oder Erstanbieter aufrücken würden. Gliedert man diese Zeitungen aus, so verringert sich der Auflagenanteil der Gruppe von 12,2 % auf 7,0 %. Die Wettbewerbssituation von Zeitungen dieser Restgruppe kann insbesondere in den Fällen schwierig sein, in denen eine Spezialisierung auf bestimmte Leserschichten mangels ausreichender Bevölkerungsdichte des Verbreitungsgebietes unwirtschaftlich wäre und in keinem der umsatzstarken Teilbereiche des Anzeigenmarktes eine Erstposition eingenommen wird.

Eine Stellung als Alleinanbieter oder als Erstzeitung ohne nennenswerten Wettbewerb wirkt sich vor allem im Anzeigengeschäft, also in dem mit zwei Dritteln Erlösanteil umsatzstärksten Geschäftszweig der Abonnementstageszeitung, für diese nicht nur preispolitisch günstig aus, sondern gewährt auch erhebliche *Kosten*vorteile, die der Zeitung [71]) allein aus der Marktstellung zuwachsen: Für sie fallen die Einzelkosten des Anzeigenauftrages, z. B. die Satzkosten, pro Zeitungsnummer nur einmal an, und gleichwohl kann sie dem Inserenten auf ihrem Markt eine Reichweite (Haushaltsabdeckung) offerieren, für die er in den Wettbewerbsgebieten zwei oder mehrere Zeitungen mit — in der Regel — je eigenem herstellungstechnischem Betrieb belegen müßte. Unbeschadet der Antwort auf die Frage, in welchem Maße ein Alleinanbieter solche Kostenvorteile weitergibt, läßt sich feststellen, daß diese Gegebenheiten des lokalen/regionalen Anzeigengeschäftes die Zunahme der Ein-Zeitungs-Kreise und die Expansion starker Tageszeitungsverlage gefördert haben.

Eine Zeitung in Alleinanbieterstellung oder eine mit großem Abstand führende Erstzeitung kann die beherrschten Märkte für Expansionsbemühungen nutzen. Dies kann etwa in der Weise geschehen, daß sie Anzeigenaufträge nur annimmt, wenn mehrere Bezirksausgaben belegt werden (Zwangskombination) bzw. Kostenvorteile aus Alleinanbieterstellung und/oder höherer Auflage nur dann an den Kunden weitergibt, wenn dieser in Wettbewerbsgebieten erscheinende Ausgaben der eigenen Zeitung mitbelegt (gezielte Preisdifferenzierung). Beide Verfahren können dazu dienen, auf dem Markt in nicht leistungsgerechter Weise und damit in Verletzung des GWB zu expandieren [72]). Solche Verfälschungen des Lei-

[71]) Unabhängig von gleichfalls stückkostensenkenden Betriebsgrößenänderungen in der Aufwärtsrichtung der Anzeigen/Auflagen-Spirale.

[72]) Vgl. §§ 22, 26 GWB; hierzu insbesondere Ernst-Joachim Mestmäcker: Verlagskonzentration und Meinungsvielfalt im Pressewesen. Gutachten für das Bundesministerium des Innern. Bielefeld 1977; veröffentlicht als: Medienkonzentration und Meinungsvielfalt. Eine vergleichende wirtschaftsrechtliche Untersuchung im Auftrage des Bundesministers des Innern. Baden-Baden 1978, S. 107 ff.

stungswettbewerbes richten sich meist gegen Wettbewerber, die nach ihrer Betriebsgröße nicht in der Lage sind, vergleichbare Ressourcen für die Behauptung des umstrittenen Gebietes zu mobilisieren.

Für den Inserenten kann sich neben der Preispolitik auch die *Leistungsgestaltung* marktbeherrschender Tageszeitungen je nach Interessenlage durchaus unterschiedlich darstellen. Die mit der Alleinanbieterstellung regelmäßig einhergehende relativ hohe Haushaltsabdeckung im Verbreitungsgebiet ist für die meisten Inserenten ein Vorteil. Dieser Vorteil muß jedoch mit hohen „Streuverlusten" erkauft werden, wenn das zu belegende Verbreitungsgebiet sich in weiten Teilen nicht mit dem Gebiet deckt, in dem der Inserent an Werbekontakten interessiert ist. Die große Masse der Anzeigen in Tageszeitungen lokal/regional begrenzter Verbreitung kommt von Inserenten, deren Kontaktinteresse lokal oder kleinregional begrenzt ist [73]).

Mit dem fortschreitenden Einfluß von Zeitungsverlagen auf *Anzeigenblätter* (vgl. Abschnitt B.I.2.2) sind die Möglichkeiten gewachsen, den Verbund zwischen dem lokalen Anzeigengeschäft, der Gestaltung der Lokalberichterstattung und der im Berichtsgebiet verkauften Zeitungsauflage zu lockern, wenn dies unternehmenspolitisch wünschenswert erscheint: Der nur lokal oder nur kleinregional an Werbekontakten interessierte Inserent kann unter Umständen auf das mit dem Zeitungsverlag verbundene Anzeigenblatt verwiesen werden. Ob die weitere Entwicklung des Anzeigenblattes die Lokalberichterstattung im Ergebnis begünstigen oder beeinträchtigen wird, läßt sich heute noch nicht abschließend beurteilen; das publizistische Ergebnis dürfte jedoch wesentlich davon abhängen, in welcher Weise das Anzeigenblatt und das lokale Wochenblatt den wirtschaftlichen Wettbewerb zwischen den Presseunternehmen auf dem lokalen Markt beeinflussen, und insbesondere, welche Zutrittsschranken dort neue Wettbewerber vorfinden.

Der hohe Anteil von Zeitungen mit lokaler/regionaler Alleinanbieterstellung ist für den *Fortgang des Konzentrationsprozesses* in der Tagespresse von Bedeutung. Die kleineren Zeitungen sind von dem Trend zu größeren Betriebseinheiten besonders bedroht; die, die sich halten konnten, befinden sich meist in Alleinanbieterstellung oder in — mit großem Abstand führender — Erststellung und genießen insoweit die Vorteile einer an sich sehr stabilen Marktposition. Diese Stabilität beruht großenteils auf wirtschaftlichen Besonderheiten der Verbundproduktion für unterschiedliche Märkte, die sich in der Tagespresse als Anzeigen/Auflagen-Spirale konkretisieren [74]). Dennoch sind selbst solche Zeitungen einem gezielten langjährigen Verdrängungswettbewerb weitaus größerer Konkurrenten, die im Herstellungsbereich echte Kostenvorteile haben können [75]), keineswegs immer gewachsen. Konzentrationsvorgänge sind daher auch in Zukunft nicht auszuschließen; der Trend zur größeren Betriebseinheit dürfte sich jedoch angesichts der gefestigten Marktstellungen weiter verlangsamen.

6 Buchverlagswesen und Buchhandel

Der Begriff der „Presse" im Sinne des Artikels 5 Absatz 1 Satz 2 GG umfaßt auch das Buch. Dieser älteste Teil des Pressewesens steht zwar heute nicht im Brennpunkt medienpolitischer Auseinandersetzungen, wird aber in jüngerer Zeit stärker in die Erörterungen einbezogen. Dazu haben auch Kooperationen mit dem Rundfunk (publizistische Ergänzung von Sendereihen) sowie Annäherungen an die Erscheinungsweise der Zeitschriftenpresse (Taschenbücher zu tagesaktuellen Themen, periodische Buchreihen — partworks) beigetragen.

6.1 Struktur des Buchverlagswesens

Repräsentatives Zahlenmaterial über die wirtschaftliche Entwicklung des Buchverlagswesens, insbesondere über die Änderung der Kosten-, Ertrags- und Gewinnlage, das der Branchenheterogenität ausreichend gerecht wird, ist nicht verfügbar. Gewisse Anhaltspunkte vermitteln der jährlich durchgeführte „Kölner Betriebsvergleich" [76]) sowie die — im vierjährigen Rhythmus erhobene — amtliche Kostenstrukturstatistik. Das Pressestatistikgesetz des Bundes vom 1. April 1975 [77]) zielt nicht auf das Buchgewerbe. Entsprechend dem Zweck dieses Gesetzes, objektive Unterlagen über die Entwicklung der periodischen Presse zu liefern, begrenzt es die vorgesehenen Erhebungen auf Verlage von Zeitungen und Zeitschriften. Insoweit allerdings Buchverlage auch Zeitungen bzw. Zeitschriften verlegen, werden sie miterfaßt. Für das Jahr 1975 weist die Bundespressestatistik 271 *Verlags*unternehmen mit zusammen 2,2 Mrd. DM Umsatz aus, deren wirtschaftliche Betätigung zwar im Schwerpunkt außerhalb der Zeitungs- bzw. Zeitschriftenpresse lag, die aber 953 Zeitschriften und 3 Zeitungen verlegten.

Im Berichtszeitraum hat sich die *Konzentration der Umsätze* auf Verlage höherer Umsatzgrößenklassen deutlich fortgesetzt.

---

[73]) Nach der Anzeigenumsatzerhebung des Bundesverbandes Deutscher Zeitungsverleger lagen die Anteile der im engeren Sinne überregionalen Anzeigen (Markenartikel, Reise, Fremdenverkehr, Bäder) am aufgeschlüsselten Nettoumsatz in den letzten Jahren unter 15 %. Wie hoch der Anteil der Inserenten mit über- oder großregionalem Kontaktinteresse in den Sparten: Stellenmarkt, Kfz-Anzeigen, Immobilien und Wohnungsmarkt bei den Lokal/Regionalzeitungen ist, läßt sich nur schätzen; er dürfte in der Regel gering sein.

[74]) Vgl. Medienbericht 1974, Drucksache 7/2104, S. 351.

[75]) Vgl. Abschn. B.I.2.1.2

[76]) Vgl. z. B. Horst Beckers: Hinweise auf die betriebswirtschaftliche Situation des Verlagsbuchhandels aus den Betriebsvergleichsergebnissen des Jahres 1974. In: „Archiv für Soziologie und Wirtschaftsfragen des Buchhandels", XXXV, Beilage zum „Börsenblatt für den Deutschen Buchhandel (Frankfurter Ausgabe)", 32. Jg. 1976/Nr. 25 (26. März 1976), S. W 229 bis 243 sowie Börsenverein des Deutschen Buchhandels (Hrsg.): Buch und Buchhandel in Zahlen, Ausgabe 1977. Frankfurt/Main 1977, S. 55 ff.

[77]) BGBl. I S. 777.

Eine Aufgliederung nach Umsatzgrößenklassen (vgl. Tabelle B 37) läßt erkennen, daß von 1970 bis 1976 keine Größenklasse der Jahresumsätze unter 10 Millionen DM ihren *prozentualen* Anteil am Gesamtumsatz halten oder gar verbessern konnte. Erweiterungen des relativen Marktanteils sind dagegen für alle Größenklassen ab 10 Millionen DM Jahresumsatz aufwärts festzustellen. Die relativ höchste Zunahme ergab sich mit +51,1 % für die Klasse der Verlage mit Jahresumsätzen über 50 Millionen DM (Klasse IX und X).

Über die *Entwicklung der Verlagsanzahl* liegen widersprüchliche Angaben vor: Die Anzahl der im Adreßbuch des deutschsprachigen Buchhandels eingetragenen Firmen, die nach eigener Angabe im Bundesgebiet mit der Herstellung von Verlagserzeugnissen befaßt sind, hat sich in der Ausgabe 1977/78 gegenüber der Ausgabe 1971/72 um 7,8 % von 2 458 auf 2 267 verringert (1955 hatte sie 2 008 betragen). Ein anderes Entwicklungsbild zeigt ein Vergleich der Titelproduktionsstatistiken für die Jahre 1971 und 1975 sowie der Umsatzsteuerstatistiken für die Jahre 1970 und 1976 [78]). Danach ist die Zahl der an der gewerblichen Titelproduktion [79]) beteiligten Verlage von 1958 im Jahre 1971 auf 2 372 im Jahre 1975 und die der umsatzsteuerpflichtigen Verlage von 1 724 im Jahre 1970 auf 2 002 im Jahre 1976 angestiegen.

Die jährliche *Titelproduktion* hat sich von 42 957 im Jahre 1971 auf 46 763 im Jahre 1976 erhöht. Soweit erkennbar, hat sich der Anteil der Verlage mit hoher Titelproduktion etwas verringert: Im Jahre 1975 brachten 2,6 % der erfaßten Verlage je über 100 Titel heraus; ihr Anteil an der gewerblichen Titelproduktion betrug 40,8 %. In 1971 entfielen demgegenüber auf 2,9 % der Verlage mit je über 100 Titel jährlich 44,9 % der gewerblichen Titelpro-

[78]) Vgl. Börsenverein des Deutschen Buchhandels (Hrsg.): Buch und Buchhandel in Zahlen, Ausgaben 1973 und 1978.
Frankfurt 1973 und 1978, S. 57 (1973) und 45 (1978).

[79]) Diese schließt keine Titel ein, die im Selbstverlag erschienen sind oder von Behörden, Instituten, Gesellschaften und Verbänden veröffentlicht wurden.

Tabelle B 37

Verlage von Büchern, wissenschaftlichen und sonstigen Fachzeitschriften

Umsatzgrößenklasse von ... bis unter ... DM	1970				1976			
	Steuerpflichtige		Steuerbarer Umsatz		Steuerpflichtige		Steuerbarer Umsatz	
	Anzahl	Anteil der Gesamtzahl in %	in tausend DM	Anteil am Gesamtumsatz in %	Anzahl	Anteil der Gesamtzahl in %	in tausend DM	Anteil am Gesamtumsatz in %
I unter 100 000 ..... [1])	506	29,4	24 077	0,7	497	24,8	24 066	0,4
II 100 000 bis 250 000	320	18,6	52 283	1,6	379	18,9	61 927	1,0
III 250 000 bis 500 000	227	13,2	82 212	2,5	273	13,6	96 325	1,6
IV 500 000 bis 1 000 000	212	12,3	150 964	4,6	234	11,7	168 877	2,8
V 1 000 000 bis 5 000 000	327	19,0	711 735	21,5	405	20,2	930 771	15,2
VI 5 000 000 bis 10 000 000	70	4,1	501 286	15,2	98	4,9	671 716	11,0
VII 10 000 000 bis 25 000 000	40	2,3	574 409	17,4	74	3,7	1 148 786	18,7
VIII 25 000 000 bis 50 000 000	13	0,8	432 590	13,1	24	1,2	847 368	13,8
IX 50 000 000 bis 100 000 000	9	0,5	776 714	23,5	12	0,6	848 780	13,8
X 100 000 000 und mehr					6	0,3	1 330 343	21,7
insgesamt ...	1 724	100	3 306 270	100	2 002	100	6 128 959	100

[1]) Ohne Kleinunternehmen mit Umsätzen bis unter 12 000 DM.

Quelle: Amtliche Umsatzsteuerstatistiken

Tabelle B 38

Buchproduktion und Buchpreise 1954 bis 1976

Erscheinungsjahr	Titelproduktion		Ladenpreis		Bogenpreis [1]	
	insgesamt	davon Erstauflage	DM	Index (1954 = 100)	DM	Index (1954 = 100)
1954	16 240	12 264	7,68	100	0,69	100
1959	16 532	12 725	11,36	148	0,91	132
1964	26 228	20 940	13,60	177	1,13	164
1969	35 577	29 929	18,60	242	1,49	216
1974	49 761	41 276	20,93	273	1,71	248
1975	43 649	35 486	23,67	308	1,94	281
1976	46 763	37 628	20,52	267	1,63	236

[1]) Das ist der Preis der Titel geteilt durch $^1/_{16}$ ihrer Seitenzahl.

Quelle: Börsenverein des Deutschen Buchhandels (Hrsg.): Buch und Buchhandel in Zahlen, Ausgabe 1977. Frankfurt/Main 1977, S. 10 und 32 sowie eigene Berechnungen.

duktion. *Langfristig* hat jedoch der Produktionsanteil dieser Verlage nicht unbeträchtlich zugenommen. Er stieg von 17,8 % im Jahre 1955 auf 28,2 % im Jahre 1965 und erreichte seine bisherige Spitze im Jahre 1973 mit 47,3 %. Von 1955 bis 1976 wuchs die Zahl der von allen Verlagen herausgebrachten Titel um rd. 181 % (von 16 600 auf 46 763) [80]).

6.2 Preisentwicklung

Die bei Erscheinen geltenden Preise der herausgekommenen Titel entwickelten sich, gemessen am Jahresdurchschnitt, seit 1954 wie in Tabelle B 38 dargestellt.

Bemerkenswert ist der Rückgang der durchschnittlichen Laden- und Bogenpreise in 1976, in dem sich auch das Vordringen der Taschenbücher und anderer billiger Buchreihen spiegeln dürfte [81]).

Die Ladenpreise der einzelnen Jahre beziehen sich nicht auf konstante Leistungsdurchschnitte. Diese können vielmehr nach Seitenzahl, Format, Ausstattung usw. schwanken. So ist der Anteil der Taschenbücher an der Titelproduktion von 4,6 % im Jahre 1961 (1 070 von 23 132 Titeln) auf 12,7 % im Jahre 1976 (5 935 von 46 763 Titeln) gestiegen [82]), und der Bogenpreis hat sich langsamer erhöht als der Ladenpreis (vgl. Tabelle B 38).

Angaben über die Entwicklung der wichtigsten Preiskomponente, der *Auflagenhöhe*, fehlen fast völlig. Jedoch sprechen die heutigen Anteile sowohl der Buchgemeinschaften am Buchabsatz als auch der Taschenbücher an der Titelproduktion dafür, daß langfristig der Marktanteil der hohen Auflagen gewachsen ist. Höhere Auflagen und Vereinfachung der Ausstattung (Taschenbuchausgaben) dürften dazu beigetragen haben, daß sich der prozentuale Anteil der Titel mit Preisen bis zu 10 DM wesentlich langsamer als der Index der Bogenpreise geändert hat. Dieser hat sich seit 1966 (= 100) bis 1976 um 30,4 % erhöht, jener im selben Zeitraum von 53,9 % (= 100) auf 47,8 %, also nur um 11,3 % (6,1 Prozentpunkte) verringert [83]).

6.3 Buchgemeinschaften

In der Bundesrepublik Deutschland gibt es etwa 15 Buchgemeinschaften. Ihr Mitgliederbestand wird

[80]) Zahlenangaben nach Börsenverein des Deutschen Buchhandels (Hrsg.): Buch und Buchhandel in Zahlen. Frankfurt/Main, Ausgabe 1977, S. 10 und 44; Ausgabe 1967, S. 44 und Ausgabe 1956, S. 34.

[81]) Von 1954 bis 1975 verdoppelten sich annähernd die Lebenshaltungskosten (+ 91,7 %) und die durchschnittlichen Erlöse der im Betriebsvergleich Engelmann/Rutsatz erfaßten Abonnementszeitungen der Tagespresse erhöhten sich von 6,57 DM (= 100 %) auf 27,97 DM (426 %). Vereinfacht ausgedrückt, haben sich demnach also in diesem Zeitraum die Kosten der Lebenshaltung verdoppelt, die Ladenpreise der Bücher verdreifacht und die Monatsstückerlöse der Abonnementstagespresse (unter Verdoppelung des Seitenumfangs) vervierfacht. Der *Vertriebs*erlösanteil je Monatsstück der Abonnementstageszeitungen hat sich dagegen ähnlich wie der Ladenpreis der Bücher entwickelt; er hat sich ungefähr verdreifacht (vgl. Abschnitt B. I.2.1.1).
Vgl. hierzu Abschnitt B.I.2.1, zum Begriff des Monatsstücks Tabelle B 23 sowie zur Entwicklung der — in der Tagespresse stärker als im Buchverlagswesen gestiegenen — durchschnittlichen Seitenumfänge Abschnitt B.I.2.1.3. Lebenshaltungsindex lt. Statistisches Bundesamt (Hrsg.): Fachserie M, Reihe 6.

[82]) Nach Börsenverein des Deutschen Buchhandels (Hrsg.): Buch und Buchhandel in Zahlen, Ausgabe 1977. Frankfurt/Main 1977, S. 17, Tabelle 7.

[83]) ebenda, S. 32 f.

für 1977, je nach Abgrenzung, auf zusammen 6,3 bis 6,6 Millionen beziffert [84]).

Den bei weitem größten Teil davon erfassen die Buchgemeinschaften zweier Konzerne. Auf die drei Buchgemeinschaften des Größeren der beiden entfielen nach Angaben in der Fachpresse im Jahre 1977 rund 4,4 Millionen (einschließlich rd. 400 000 Mitglieder einer 50 %-Beteiligung), auf die des Kleineren rund 1,5 Millionen Mitglieder.

Der jährliche *Umsatz* pro Mitglied streute bei den einzelnen Buchgemeinschaften zwischen etwa 100 und 150 DM. Davon entfielen rund 60 bis 70 % auf Bücher, der Rest auf Tonträger (Schallplatten/Kassetten), Funk- und Phonogeräte, Spiele/Spielzeug, Reisen und Sonstiges. Der überwiegende Teil dieser Umsätze wurde auf dem Versandweg, ein sehr erheblicher Teil (bei manchen Gemeinschaften bis 50 %) aber auch direkt in „Clubcentern" und „Bücherstuben" abgewickelt. Es wird damit gerechnet, daß sich der Absatz über den Versandweg auch weiterhin zugunsten des „stationären" Umsatzes der Gemeinschaften verringert.

Die gemeinsamen *Programmbestandteile* konzernverbundener Buchgemeinschaften können mehr als die Hälfte ihres gesamten Titelangebotes umfassen. Die Anzahl der von der einzelnen konzerngebundenen Buchgemeinschaft pro Jahr angebotenen Buchneuerscheinungen bewegte sich um 200, die der zur Auswahl stehenden Titel etwa zwischen 380 und 550. Die Preise der Buchgemeinschaftsausgaben lagen in der Regel um ein Drittel unter denen der über den Sortimentsbuchhandel vertriebenen Originalausgaben [85]).

In der Beurteilung der *Marktbeziehungen* zwischen Buchgemeinschaften und Buchhandel scheint sich in den letzten Jahren die Auffassung durchgesetzt zu haben, im wesentlichen ergänze sich beider Tätigkeit zum gegenseitigen Nutzen. Auch soll die Zahl der Kooperationen zwischen Buchgemeinschaften und Bucheinzelhandel im Steigen begriffen sein. 1977 gab es zusammen etwa 60 Partnerschaftsbuchläden [86]) und Ladengemeinschaften [87]).

[84]) Vgl. hierzu und zum folgenden: Wolfgang R. Langenbucher/Wolfhard F. Truchseß: Buchmarkt der neuen Leser. Studien zum Programmangebot der Buchgemeinschaften (1962 bis 1971). Berlin 1974; Rolf Bigler: Literatur im Abonnement. Gütersloh 1975; Otto Oeltze: Die Buchgemeinschaften. In: Peter Meyer-Dohm/Wolfgang Strauß (Hrsg.): Handbuch des Buchhandels, Bd. IV. Wiesbaden und Gütersloh 1977, S. 406 bis 454; Eckart Klaus Roloff: Medien im Abseits. In: „Bertelsmann Briefe", Heft 93/1978, S. 13; ferner: Die beherrschenden Buchgemeinschaften. In: „Börsenblatt für den Deutschen Buchhandel (Frankfurter Ausgabe)", 30. Jg. 1974/Nr. 33 (26. April 1974), S. 575; Was bieten Buchclubs? In: „test", 10. Jg. 1975/Heft 3, S. 118 bis 121; Buchclubs leben nicht mehr vom Buch allein. In: „Buchreport", 8. Jg. 1977/Nr. 51—52 (23. Dezember 1977), S. 51.

[85]) Rolf Bigler: Literatur im Abonnement. Gütersloh 1975, S. 38.

[86]) Das sind Buchhandlungen, die gegen Provision in ihren Räumen ein „Clubcenter" führen.

[87]) Das sind gemeinsame Objekte, in denen Buchhändler und Buchgemeinschaft eigenständige Läden betreiben.

Die Befragung eines repräsentativen Querschnitts der erwachsenen Bevölkerung (über 16 Jahre) im Rahmen der 1973 erstellten IFAK-Studie nach der Haupteinkaufsquelle für Bücher ergab folgende Reihung: 56 % Buchhandlungen, 26 % Buchgemeinschaften, 10 % Kauf-/Warenhaus, 8 % Sonstige [88]). Eine Schätzung über die wertmäßigen *Umsätze* mit Büchern und mit — über den Buchhandel vertriebenen — Zeitschriften in den Jahren 1974 bis 1977, untergliedert nach Vertriebswegen und Produktgruppen, ist der Tabelle B 39 zu entnehmen.

6.4 Verbreitender Buchhandel

Im verbreitenden Buchhandel waren nach dem „Adreßbuch des deutschsprachigen Buchhandels 1977/78" insgesamt 5 978 Unternehmen tätig, darunter etwa 50 Firmen auf der *Zwischenhandelsstufe* als Barsortimenter, Kommissionär oder Grossist [89]).

Auf der *Einzelhandelsebene* betrieben nach den für die Ausgabe 1974/75 vorgenommenen Adreßbucheintragungen, die der folgenden Auszählung zugrunde liegen, insgesamt 2 972 Firmen *Sortimentsbuchhandel* (1977/78: 2 878). Ausschließlich in diesem Bereich wirkten davon 2 049 Firmen; der Rest betätigte sich *außerdem* im Antiquariatshandel (502), im Reise-/Versandbuchhandel (259), im Werbenden Buch- und Zeitschriftenhandel (9) oder in mehreren der hier aufgeführten Handelsfunktionen (153).

Als *Buchverkaufsstellen* (d. h. als Einzelhändler mit relativ beschränkter Buchangebotspalette) hatten sich einschließlich der in Mehrfachfunktion tätigen Unternehmen insgesamt 1 422 Firmen in das Adreßbuch 1974/75 eingetragen. Die Zahl der dort nicht eingetragenen Einzelhandelsbetriebe, die wie etwa Supermärkte nebenher auch Bücher vertreiben, wird auf mehrere Tausend geschätzt.

Von 1955 bis 1977/78 hat sich die Zahl der Adreßbucheintragungen des verbreitenden Buchhandels von 9 236 über 8 059 (1965/66) und 6 580 (1971/72) um insgesamt 3 258 (= 35 %) verringert [90]). Die Anzahl der im Zwischenhandel tätigen Firmen dürfte sich in dieser Zeit etwa halbiert haben [91]).

Wie ein Vergleich der Ergebnisse aus den amtlichen Arbeitsstättenzählungen vom 13. September 1950, 6. Juni 1961 und 27. Mai 1970 bestätigt, hat der allgemeine langfristige Trend zu größeren Betriebseinheiten auch den „Einzelhandel mit Büchern, Zeit-

[88]) Nach Karl-Otto Saur: Vertriebswege für das Buch. In: „Bertelsmann-Briefe", Heft 90/1977, S. 8.

[89]) Vgl. hierzu sowie zum folgenden neben den oben erwähnten Adreßbuchausgaben auch Börsenverein des Deutschen Buchhandels (Hrsg.): Buch und Buchhandel in Zahlen, Ausgabe 1976, Frankfurt/Main 1976, S. 41 ff. und Herbert Grundmann: Statistik als Lustgewinn. In: „Börsenblatt für den Deutschen Buchhandel (Frankfurter Ausgabe)", 32. Jg. 1976/Nr. 73 (10. September 1976), S. 1326—1329.

[90]) Quelle: Adreßbuch des deutschsprachigen Buchhandels, Ausgabe 1955 sowie Börsenverein des Deutschen Buchhandels (Hrsg.): Buch und Buchhandel in Zahlen, Ausgabe 1977, Frankfurt/Main 1977.

[91]) Sie wird für 1954 von Peter Meyer-Dohm: Der westdeutsche Büchermarkt. Stuttgart 1957, S. 112 mit ca. 100 angenommen.

Tabelle B 39

Umsätze mit Büchern und mit — über den Buchhandel vertriebenen — Zeitschriften [1]) von 1974 bis 1977 nach Schätzungen aus der Branche

	1974		1975		1976		1977	
	Umsatzanteil in %	Millionen DM	Millionen DM	Jahreszuwachsrate in %	Millionen DM	Jahreszuwachsrate in %	Millionen DM	Jahreszuwachsrate in %
A. Nach Vertriebswegen								
Sortimentsbuchhandel	*61*	3 050	3 400	*+11*	3 600	+ *6*	3 900	+ *8*
Verlage direkt	*12*	600	660	*+10*	700	+ *6*	740	+ *6*
Buchgemeinschaften	*8*	400	440	*+10*	470	+ *7*	500	+ *6*
Reise- und Versandbuchhandel	*8*	400	400	*0*	420	+ *5*	430	+ *2*
Buchverkaufsstellen	*6*	300	330	*+10*	350	+ *6*	380	+ *9*
Warenhäuser	*5*	250	300	*+20*	350	+ *17*	380	+ *9*
Filialen von Großunternehmen des Kaffehandels	—	—	20	—	40	*+100*	40	*0*
insgesamt	*100*	5 000	5 550	*+11*	5 930	+ *7*	6 370	+ *7*
B. Nach Produktgruppen [2])								
Allgemeine Literatur	*60*	3 000	3 400	*+13*	3 630	+ *7*	3 920	+ *8*
(darunter Taschenbücher)	*(7)*	(350)	(400)	*(+14)*	(450)	*(+ 13)*	(520)	*(+16)*
Fachbücher/Wissenschaft	*20*	1 000	1 070	+ *7*	1 140	+ *7*	1 220	+ *7*
Schulbücher	*10*	500	530	+ *6*	560	+ *6*[3])	580	+ *4*
Buchumsatz	*90*	4 500	5 000	*+11*	5 330	+ *7*	5 720	+ *7*
Zeitschriften	*10*	500	550	*+10*	600	+ *9*	650	+ *8*
Gesamtumsatz	*100*	5 000	5 550	*+11*	5 930	+ *7*	6 370	+ *7*

[1]) Es handelt sich im wesentlichen um fachliche, insbesondere wissenschaftliche, aber auch um sonstige themenorientierte Zeitschriften, und zwar nur um den Zeitschriftenanteil, der über die in Tabellenabschnitt A bezeichneten Vertriebswege abgesetzt wird.

[2]) Die Eigenproduktion für „Modernes Antiquariat" und für Warenhäuser ist nicht gesondert ausgewiesen; die „echten" Ramschverkäufe eingerechnet, ergab sich für diese Bereiche in 1977 ein Umsatzvolumen der Größenordnung von 380 Millionen DM (1976: ca. 350 Millionen DM, 1975: ca. 300 Millionen DM, 1974: 260 bis 270 Millionen DM).

[3]) Durch Aufrundung des Jahresbetrages für 1976 positiv beeinflußt.

Quelle: Eigene Ermittlungen

schriften, Musikalien" nicht ausgenommen: Die Zahl der Ein-Mann-Betriebe ist von 3 570 (1950) auf 3 020 (1970) gesunken, die Anzahl der Arbeitsstätten mit zwei bis neun Beschäftigten von 4 335 (1950) auf 5 490 (1970) und die der darin Beschäftigten von 13 672 (1950) auf 18 223 (1970) gestiegen. Weitaus höhere Zuwachsraten ergeben sich jedoch für alle Größenklassen der Arbeitsstätten mit mehr als neun Beschäftigten; insgesamt hat sich ihre Anzahl von 264 (1950) auf 620 (1970) und die der darin Beschäftigten von 4 839 (1950) auf 15 339 (1970) erhöht [92]).

[92]) Die Zahlen schließen die Arbeitsstätten des Einzelhandels mit Zeitungen und Zeitschriften (anderen als Fachzeitschriften) ein; auf diesen Einzelhandelszweig entfielen 1970 insgesamt 3 933 Arbeitsstätten und 9 262 Beschäftigte. Die Angaben aus dem Jahr 1950 erstrecken sich im Gegensatz zu denen aus 1970 nicht auf Berlin (West). Vgl. Fachserie C des Statistischen Bundesamtes, und zwar für 1950 und 1961 Heft 7 (S. 40 bis 41) über die Zählung vom 6. Juni 1961 sowie für 1970 Heft 3 (S. 30 bis 31) über die Zählung vom 27. Mai 1971.

Tabelle B 40

Außenhandel mit Gegenständen des Buchhandels
— Bundesrepublik Deutschland einschl. Berlin (West) —

	Insgesamt [1]		darunter: Bücher [2]		periodische Druckschriften (Zeitungen/Zeitschriften)	
	Millionen DM	Index (1960 = 100)	Millionen DM	Index (1960 = 100)	Millionen DM	Index (1960 = 100)
Ausfuhr *Jahr*						
1960	195,8	100	115,2	100	73,2	100
1965	338,3	173	186,2	162	139,7	191
1970	575,6	294	314,7	273	241,5	330
1975	901,5	460	470,9	409	410,7	561
1976	1 001,4	511	506,2	439	473,9	647
1977	1 093,6	559	544,8	473	522,3	713
Einfuhr *Jahr*						
1960	66,9	100	50,4	100	12,0	100
1965	115,8	173	88,4	175	20,3	169
1970	202,6	303	145,9	289	43,5	363
1975	354,4	530	264,6	525	69,2	577
1976	371,3	555	269,2	534	81,4	678
1977	425,2	636	309,9	615	94,5	788

[1]) Neben Büchern und periodischen Druckschriften schließen die Gesamtbeträge noch kartographische Erzeugnisse, Bilderbücher und Noten ein.
[2]) Bücher im Sinne der Statistik umfassen auch Broschüren und ähnliche Drucke.

Quelle: Amtliche Statistiken 1960 bis 1976, nach Börsenverein des Deutschen Buchhandels (Hrsg.): Buch und Buchhandel in Zahlen, Ausgabe 1977. Frankfurt/Main 1977, S. 70 f., 1977 nach Statistisches Bundesamt (Hrsg.): Fachserie 7/Reihe 2: Außenhandel nach Waren und Ländern, S. 307 ff. und eigene Berechnungen.

Anhaltspunkte über die *wirtschaftliche Lage des Sortimentsbuchhandels* sind dem jährlichen „Kölner Betriebsvergleich" zu entnehmen [93]). Dieser seit 1965 vom Institut für Handelsforschung an der Universität zu Köln im Auftrag des Börsenvereins jährlich durchgeführte Vergleich erfaßte 1976 327 Sortimentsbuchhandlungen mit zusammen rund 631 Millionen DM *Umsatz* (Absatz). Demnach erhöhte sich der Umsatz der untersuchten Betriebe seit 1965 (= 100) um rd. 175 %. Der Umsatz je beschäftigte Person stieg von 65 700 DM (1965) über 129 100 DM (1974) und 148 600 DM (1976) auf 160 200 DM (1977).

Der Anteil der *Personalkosten* am Umsatz nahm von 1965 bis 1977 von 14,6 % auf 16,3 % zu; davon entfallen 4,5 % (1965) und 3,5 % Umsatzanteil (1977) auf kalkulatorischen Unternehmerlohn.

Die Betriebshandelsspanne bewegte sich um rund 28 % des Umsatzes, das *betriebswirtschaftliche Ergebnis* einschließlich Lieferantenskonti zwischen 3,4 % (1965) und 0,2 % (1973), das jeweils entsprechende steuerliche Ergebnis zwischen 8,6 % und 5 % vom Umsatz. In dem — gesamtwirtschaftlich ungünstigen — Jahr 1974 stieg das betriebswirtschaftliche Ergebnis um 1,3 Prozentpunkte auf 1,5 % und das steuerliche Ergebnis um 1,0 Prozentpunkte auf 6 % Umsatzanteil. Im Jahr 1977 betrug der Umsatzanteil des betriebswirtschaftlichen Reingewinns (Ergebnis) 1,8 % und der des steuerlichen Reingewinns 5,8 %.

6.5 Außenhandel mit Gegenständen des Buchhandels

Ausgewählte Daten zur langfristigen Entwicklung des Außenhandels mit Gegenständen des Buchhandels sind in der Tabelle B 40 zusammengefaßt.

[93]) Vgl. Hans Philippi: Die betriebswirtschaftliche Situation des Sortimentsbuchhandels 1974 im Spiegel des Betriebsvergleiches. In: „Archiv für Soziologie und Wirtschaftsfragen des Buchhandels", XXXV, Beilage zum „Börsenblatt für den Deutschen Buchhandel, Frankfurter Ausgabe", 32. Jg. 1976/Nr. 25 (26. März 1976) sowie Börsenverein des Deutschen Buchhandels (Hrsg.): Buch und Buchhandel in Zahlen, Ausgabe 1977. Frankfurt/Main 1977, S. 59 ff. und „Mitteilungen des Instituts für Handelsforschung an der Universität zu Köln", 29. Jg. 1977/Nr. 10 mit den Endergebnissen für 1976. Die Angaben über 1977 beruhen auf Auskünften des Börsenvereins des Deutschen Buchhandels.

6.5.1 Ausfuhr

Die Bedeutung von Sprachgrenzen für die Ausfuhr deutscher Presseerzeugnisse wird nicht zuletzt dadurch unterstrichen, daß sowohl bei Büchern als auch bei periodischen Druckschriften rund die Hälfte der gesamten Ausfuhr aus der Bundesrepublik Deutschland auf Österreich (1977: 24,7 % und 25,6 %) und auf die Schweiz (26,2 % und 21,0 %) entfällt. Unter den neun bzw. zehn Ländern, die 1976 in beiden Warengruppen je mehr als 2 % und zusammen über 85 % der Ausfuhr auf sich vereinigen, liegen nur zwei, die USA und Japan, außerhalb Europas. In die USA, dem Hauptabnehmer im nichtdeutschsprachigen Ausland, gingen 1977 10,2 % (55,4 Millionen DM) des Buchexports.

In welchem Ausmaß Unterschiedlichkeiten konkurrierender Gesellschafts- und Wirtschaftssysteme auf den internationalen Verkehr von Presseerzeugnissen zurückwirken, zeigt insbesondere ein Vergleich von Staatshandelsländern mit marktwirtschaftlich orientiertem Ausland: Im Jahre 1976 erreichten die im Rahmen des innerdeutschen Handels vorgenommenen Buchlieferungen in die DDR den Wert von 5,4 Millionen Verrechnungseinheiten. Das ist weniger als der damalige Wert der Buchausfuhr nach Japan (15,3 Millionen DM) oder Dänemark (7,8 Millionen DM) und entspricht nur 4,0 % der Buchausfuhr in die Schweiz (135,3 Millionen DM). Unter den ausländischen Staatshandelsländern lagen im Jahre 1977 als Abnehmer von Büchern aus der Bundesrepublik Deutschland Polen (3,9 Millionen DM), Jugoslawien (2,2 Millionen DM) und Ungarn (1,9 Millionen DM) vor der UdSSR (1,7 Millionen DM) und der Tschechoslowakei (1,4 Millionen DM). Die Staatshandelsländer beziehen regelmäßig mehr periodische Druckschriften als Bücher. 1976 wurden Zeitungen und Zeitschriften im Werte von 12,8 Millionen Verrechnungseinheiten in die DDR geliefert und im Werte von 1,7 Millionen DM in die UdSSR ausgeführt.

Der Großteil der die Bundesrepublik Deutschland auf dem Wege des Warenverkehrs verlassenden Bücher hat fachlichen, insbesondere auch wissenschaftlichen Charakter. In hohem Maße gilt dies für die Lieferungen von Büchern, aber auch von Zeitschriften in Staatshandelsländer.

Ein Teil der Ausfuhr ist nicht näher aufschlüsselbarem Transithandel zuzurechnen. Insbesondere ist unbekannt, welche Rolle dem Transithandel im Verhältnis zu den Ostblockstaaten zukommt.

6.5.2 Einfuhr

Der Wert der Einfuhr von Büchern sowie von periodischen Druckschriften in die Bundesrepublik Deutschland ist statistisch nicht ganz so sicher wie der der Ausfuhr zu erfassen, weil statistische Meldungen über umsatzsteuerbefreite Kleineinfuhren in der Regel steuerlich ohne Belang sind und insoweit die Motivation, vollständig zu melden, eine Stütze verliert.

Auch bei der Bucheinfuhr sind Österreich (1977: 26,2 % = 81,2 Millionen DM) und die Schweiz (19,0 % = 58,8 Millionen DM) die mit Abstand führenden Partnerländer. Die Einfuhren von Büchern und periodischen Druckschriften, wie übrigens auch die entsprechenden Bezüge im innerdeutschen Handel aus der DDR (1976: zus. 19,1 Millionen VE), schließen in erheblichem Umfang Druckaufträge bundesdeutscher Verlage ein. Dies trägt dazu bei, daß etwa der Anteil der Bucheinfuhr aus Italien (1977: 7,9 % = 24,6 Millionen DM) größer ist als der aus Großbritannien (7,4 % = 22,9 Millionen DM), den USA (7,0 % = 21,7 Millionen DM) oder Frankreich (3,8 % = 11,7 Millionen DM). So wurden im Jahre 1977 *nicht* im Ausland verlegte Bücher (Warennummer 4901 009 der Außenhandelsstatistik) aus Jugoslawien im Werte von 4,8 Millionen DM, aus Italien im Werte von 6,9 Millionen DM, aus den Niederlanden für 9,3 Millionen DM, aus der Schweiz im Werte von 10,0 Millionen DM und aus Österreich im Werte von 25,6 Millionen DM eingeführt [94]).

6.5.3 „Unsichtbarer" Außenhandel mit Urheberrechten

Der Einfluß des „unsichtbaren" Außenhandels mit Urheberrechten auf das Buchverlagswesen in der Bundesrepublik Deutschland läßt sich mangels spezifischer Unterlagen noch am besten anhand der Übersetzungen abschätzen, obgleich diese auch Werke einschließen, deren Schutzfrist schon ausgelaufen ist.

Die Titelproduktion des Jahres 1976 (46 763 Titel) enthält 5 499 (11,8 %) Übersetzungen aus insgesamt 51 fremden Sprachen *ins* Deutsche [95]). Die meisten Werke wurden aus dem Englischen (63,7 %), ferner aus dem Französischen (13,8 %), dem Russischen (3,6 %), dem Italienischen (2,8 %) und dem Schwedischen (2,5 %) übersetzt. Aus diesen fünf Sprachen stammen insgesamt 4 749 Titel (= 86,4 %).

Die Statistik der Übersetzungen *aus* dem Deutschen („Index translationum") bezieht sich auf den gesamten deutschen Sprachraum, ist also mit der Statistik der Titelproduktion im Bundesgebiet, auf die sich die vorerwähnten Übersetzungsanteile beziehen, nicht direkt vergleichbar. Im Zeitpunkt der Berichtsabfassung waren jüngere Zahlen als die für das Jahr 1973 noch nicht verfügbar. Demnach wurden im Jahre 1973 insgesamt 3 400 Werke (Titel) aus dem Deutschen in fremde Sprachen übersetzt; darunter ins Englische 642 Werke (18,9 %), ins Spanische 494 (14,5 %), ins Niederländische 348 (10,2 %), ins Italienische 270 (7,9 %), ins Französische 268 (7,9 %), ins Japanische 230 (6,8 %) und ins Schwedische 105 (3,1 %). In das Russische wurden 1973 insgesamt 68 Werke (2,0 %) übersetzt.

Nach einer UN-Statistik der im Jahre 1972 übersetzten Werke (insgesamt 34 835) dürfte der auf die deutsche Sprache entfallende Übersetzungsanteil (damals 11,9 %) etwas höher sein als ihr Anteil an der Welttitelproduktion. Diese wurde für 1973 auf etwa 580 000 Titel geschätzt, von denen etwa 10 bis 10,5 % aus dem deutschen Sprachraum stammen.

---

[94]) Vgl. Statistisches Bundesamt (Hrsg.): Fachserie G, Reihe 2, Ausgabe Dezember 1977.

[95]) Vgl. hierzu Börsenverein des Deutschen Buchhandels (Hrsg.): Buch und Buchhandel in Zahlen, Ausgabe 1977. Frankfurt/Main 1977, S. 20 ff.

Die Bundesrepublik Deutschland hält 1973 mit über 40 000 Titeln [96]), nach den USA (83 724) und der UdSSR (80 196) den drittgrößten Anteil an der Welttitelproduktion vor Japan (35 857), Großbritannien (35 177) und Frankreich (27 186).

7 Nachrichtenagenturen

Soweit nicht anders angegeben, sind im folgenden mit Nachrichtenagenturdiensten nur solche Dienste gemeint, die eine grundsätzliche alle Lebensbereiche des In- und Auslandes einbeziehende Berichterstattung bieten [97]).

[96]) Für sie wird die Titelproduktion der Jahre 1972/73 lt. UN-Statistik insgesamt mit 83 659 angegeben; vgl. Börsenverein des Deutschen Buchhandels (Hrsg.) Buch und Buchhandel in Zahlen, Ausgabe 1977. Frankfurt/Main 1977, S. 40.

[97]) Dieser Teil stützt sich auf Berichte bzw. Auskünfte der Deutschen Presseagentur (dpa), des Deutschen Depeschen Dienstes (ddp) und der Vereinigten Wirtschaftsdienste (VWD) sowie auf Hansjoachim Höhne: Nachrichtenagenturen im Vergleich. In: „Publizistik", 18. Jg. 1973/Heft 2, S. 117 bis 125; Hansjoachim Höhne: Nachrichtenagenturen auf dem Medienmarkt in der Bundesrepublik Deutschland. In: „Publizistik", 21. Jg. 1976/Heft 1, S. 57 bis 67; Hansjoachim Höhne: Die Situation auf den Nachrichtenmärkten der Welt. Baden-Baden 1977 / Die Geschichte der Nachricht und ihrer Verbreiter. Baden-Baden 1977 (= Report über Nachrichtenagenturen, Bd. 1 und 2); Gert-Walter Minet: Nachrichtenagenturen im Wettbewerb. Köln 1977; AfK: Materialien zur Medienstatistik und Kommunikationspolitik (jährlich seit 1971) sowie eigene Erhebungen.

7.1 Überblick

7.1.1 Nachrichtendienste in deutscher Sprache

Hauptquellen der Meldungen in Presse und Rundfunk zum aktuellen überregionalen Geschehen sind die Nachrichtenagenturen [98]). In der Bundesrepublik Deutschland können von Zeitungsverlagen und Rundfunkanstalten mehr Nachrichtenagenturdienste in Landessprache abonniert werden als sonstwo auf der Welt. Diejenigen Unternehmen, die solche allgemeinen *Nachrichtendienste in deutscher Sprache* herausgeben und im Bundesgebiet auf dem Markt der Agenturleistungen für Tageszeitungen eine größere Rolle spielen, sind mit ihren Marktanteilen und ihren — im folgenden benutzten — Kurzbezeichnungen der Tabelle B 41 zu entnehmen.

Über die Verbreitung der eben erwähnten und anderer Nachrichtenagenturdienste deutscher Sprache in den wichtigsten Massenmedien, wie sie sich — gemessen an Kundenzahlen — nach nichtamtlichen Erhebungen darstellt, unterrichtet Tabelle B 42.

[98]) Nach Ermittlungen von Höhne stammen etwa 69 % der Auslands- und etwa 60 % der Inlandsmeldungen in deutschen Zeitungen sowie zwei Drittel der Rundfunknachrichten von Agenturen; vgl. Hansjoachim Höhne: Die Situation auf den Nachrichtenmärkten der Welt. Baden-Baden 1977, S. 22 und 25.

Tabelle B 41

Marktanteile deutschsprachiger Nachrichtenagenturdienste im Bereich der Tagespresse

Nachrichtenagentur/Sitz der Hauptredaktion für den deutschen Dienst	Marktanteil im August 1978			
	belieferte Publizistische Einheiten [1])		erreichte Verkaufsauflage	
	Anzahl	in % der Gesamtzahl (119)	Millionen Exemplare	in % der Gesamtauflage (19,53 Millionen)
1. Deutsche Presseagentur (dpa), Hamburg	118	*99,2*	19,48	*99,7*
2. The Associated Press (AP), Frankfurt/M.	54	*45,4*	13,49	*69,1*
3. Deutscher Depeschen Dienst (ddp), Bonn	44	*37,0*	7,36	*37,7*
4. Reuter (rtr), Bonn [2])	22	*18,5*	8,60	*44,0*
5. Agence France Press (AFP), Paris	2	*1,7*	0,40	*2,0*

[1]) Zeitungen/Zeitungsgemeinschaften, deren Redaktion im Regelfall alle Sparten, mindestens aber den allgemeinen politischen Teil, den sogenannten Zeitungsmantel, selbst redigiert.

[2]) Die erst 1978 gegründete deutsche Tochtergesellschaft der Agentur Reuter hat (wie die deutsche AP-Tochter) ihren Sitz in Frankfurt a. M.

Quelle: Unveröffentlichte Umfrageergebnisse von Hansjoachim Höhne aus dem August 1978. Die Auflagenanteile sind auf der Basis der Verkaufsauflagen errechnet, die die (im August 1978) belieferten Publizistischen Einheiten im III. Quartal 1976 erreicht hatten.

Tabelle B 42

Nachrichtenagenturen und ihre Kunden in der Bundesrepublik Deutschland (August 1978)

Agenturkunden	Tageszeitungen (Publizistische Einheiten)	aktuelle Sonntagszeitungen	Zeitschriften	Rundfunk- und Fernsehanstalten	sonstige Kunden
insgesamt ...	119	2	10	14	
davon Bezieher von					
dpa	118	2	7	14	103
ddp	44	—	3	14	5
AP	54	2	6	13	4
rtr	22	2	—	13	2
AFP	2	—	—	9	2
VWD *)	9	—	—	—	—
SD *)	8	2	2	—	—
ADN *)	2	—	—	—	5
TASS	—	—	—	2	2

*) Die Angaben über VWD, SD, ADN sowie über die sonstigen Agenturkunden beziehen sich auf Dezember 1975 (für August 1978 nicht erhoben).

dpa = Deutsche Presse-Agentur
ddp = Deutscher Depeschen Dienst
AP = The Associated Press
rtr = Reuter
AFP = Agence France Presse
VWD = Vereinigte Wirtschaftsdienste
SD = Springer Auslandsdienst (SAD)/Springer Inlandsdienst (ASD)
ADN = Allgemeiner Deutscher Nachrichtendienst
TASS = Telegrafnoje Agenstwo Sowjetskowo Sojusa

Quelle: Hansjoachim Höhne: Nachrichtenagenturen auf dem Medienmarkt in der Bundesrepublik Deutschland. In: „Publizistik", 21. Jg. 1976/Heft 1, S. 57 für die Angaben zum Stand im Dezember 1975 sowie unveröffentlichte Fortschreibungen bzw. Umfrageergebnisse dieses Verfassers zum Stand im August 1978.

Das Informationsangebot der deutschsprachigen Nachrichtenagenturdienste ergänzt sich. Bei den deutschen Agenturen überwiegt der Anteil der Inlandsmeldungen an der Berichterstattung; bei den ausländischen Agenturen ändert er sich mit der Marktstellung: Er betrug bei AP rund die Hälfte, bei rtr über ein Drittel und bei AFP noch knapp ein Fünftel aller Meldungen.

Die beiden komplementären Nachrichtendienste der Axel Springer Verlags AG, der Springer Auslandsdienst (SAD) und der Springer Inlandsdienst (ASD), wurden bis auf zwei Ausnahmen (diese im IV. Quartal 1975 mit rd. 441 000 Auflage) nur von Redaktionen bezogen, die konzerneigene Blätter betreuten. Die Springer-Dienste bedienten acht Publizistische Einheiten (= 6,6 %) mit einem Auflagenanteil von 5,68 Millionen Exemplaren (= 29,7 %).

7.1.2 Nachrichtendienste ausländischer Sprache

Die (allgemeinen) Nachrichtendienste ausländischer Sprache werden außerhalb des Agenturbereiches in der Regel nur von auflagestarken Verlagen bzw. von Rundfunkanstalten abonniert. In Anspruch genommen werden die internationalen Dienste der Agenturen AP und United Press International (UPI), der englische Europadienst der Agentur rtr sowie deren Dienste in französischer und arabischer Sprache, der französische Dienst von AFP sowie — von einer Grenzgebietszeitung — der von Ritzaus Büro (RB) herausgegebene dänische Nachrichtendienst.

Die Inanspruchnahme fremdsprachiger Nachrichtendienste ist — aufgabengemäß — bei den Nachrichtenagenturen selbst am weitesten vorangeschritten. dpa bedient sich zur Ergänzung der Auslandsmeldungen ihrer Korrespondenten hauptsächlich des Internationalen Dienstes ihrer Partneragentur UPI. ddp stützt sich — bei geringerem Anteil originär eigener Auslandsmeldungen — vor allem auf den deutschsprachigen Dienst der AFP.

In vielen Ländern haben die Auslandskorrespondenten der Nachrichtenagenturen die Möglichkeit, das — gegen Bezahlung bzw. im Austausch gegen den

eigenen Dienst gelieferte — Nachrichtenmaterial der dortigen nationalen Agentur auszuwerten. So arbeitet dpa mit mehr als 40 ausländischen Agenturen zusammen. Schließlich wird die Möglichkeit genutzt, durch Funk verbreitete Meldungen ausländischer Agenturen aufzuzeichnen und zu verwerten.

7.1.3 Bild- und Filmberichterstattung

Die Bild- und Filmberichterstattung der großen Nachrichtenagenturen wird über selbständige Organisationseinheiten abgewickelt [99]).

Den internationalen Markt für aktuelle Bildberichterstattung beherrschen die beiden nordamerikanischen Weltagenturen AP und UPI. Sie allein können sich auf weltumspannende Bildkabelnetze stützen.

Auf dem heimischen Markt führt der dpa-Bilderdienst. Dieser bezieht seine Auslandsaufnahmen größtenteils von UPI. Seine aktuellen Nachrichtenfotos (täglich etwa 60 Stück) haben zu annähernd gleichen Teilen In- und Auslandsereignisse zum Gegenstand; Ende 1975 bediente er von den 121 Publizistischen Einheiten der Tagespresse 107 über Bildfunk (Langwelle) und neun durch Postversand. Seinen Bildfunk empfingen auch Illustrierte Wochenblätter und Magazine mit zusammen über 9 Millionen Auflage. Engste Wettbewerber sind AP und Keystone.

Die Rundfunkanstalten in der Bundesrepublik Deutschland einschließlich des Landes Berlin stützen sich in ihren aktuellen Fernsehsendungen auch auf die Filmberichte internationaler Agenturen. Für diese Sendefolgen werden neben Eigenberichten und den — etwa über Eurovision — ausgetauschten aktuellen Programmbeiträgen anderer Rundfunkveranstalter insbesondere die Filmdienste der UPI-Television News Film (UPITN) und der British Commonwealth International Newsfilm Agency Ltd. (British Visnews-BV) in Anspruch genommen. Zum Teil werden darüber hinaus auch Nachrichtenfilme der Columbia Broadcasting System Newsfilm (CBS-Newsfilm) benutzt.

Einen wöchentlichen Fernsehnachrichtendienst auf Film mit Kurzdokumentationen und Hintergrundinformationen für Fernsehanstalten in aller Welt gibt auch European Television Service („dpa/e-te-s") heraus [100]).

7.1.4 Spezialisierte Agenturen

Die spezialisierten Agenturen, die nur über bestimmte Lebensbereiche berichten, sind den Nachrichtenagenturen im engeren Sinne nicht zuzurechnen. Im Bereich der Massenkommunikation, insbesondere für die Tagespresse, sind von besonderer Bedeutung der Evangelische Pressedienst (epd), die Katholische Nachrichtenagentur (KNA), der Sportinformationsdienst (sid) und die Vereinigten Wirtschaftsdienste (VWD).

7.2 Entwicklung und Struktur der deutschsprachigen Nachrichtenagenturdienste

7.2.1 Deutsche Presse Agentur GmbH (dpa)

Die Entstehung der *dpa Deutsche Presse Agentur GmbH* ist von der Entwicklung vorheriger deutscher Nachrichtenagenturen beeinflußt: Das im Jahr 1933 aus einer Zwangsfusion der unabhängigen Nachrichtenagenturen Wolff'sches Telegrafenbüro (WTB) und Telegrafen-Union (TU) hervorgegangene und später zu einer Weltagentur ausgebaute Deutsche Nachrichtenbüro (DNB) wurde 1945 von den Besatzungsmächten aufgelöst. In jeder der drei westlichen Besatzungszonen wurde bis 1947 eine eigene Nachrichtenagentur errichtet. Diese Agenturen standen zunächst auch wirtschaftlich unter ausländischer Kontrolle, wurden aber in den Jahren 1946 bis 1948 in deutsche Hände überführt. Nachdem sich die in der französischen Zone gegründete SÜDENA GmbH der in der britischen Zone etablierten dpd Deutscher Pressedienst eGmbH angeschlossen hatte, gelang im August/September 1949 auch die Vereinigung dieser Agentur mit der DENA Deutsche Nachrichtenagentur eGmbH aus der amerikanischen Zone zur dpa Deutsche Presse Agentur GmbH mit Sitz in Hamburg.

Das Statut der Deutschen Presse Agentur GmbH bestimmt, daß kein Gesellschafter mehr als 1,5 % des Stammkapitals (derzeit 5 Millionen DM) halten darf. Die Summe der auf Rundfunkanstalten entfallenden Anteile ist auf 15 % begrenzt; auf sie entfielen im I. Quartal 1977 rd. 11 % der Anteile. Weitere rd. 11 % halten die Verleger von Wochen- und Fachblättern, die restlichen Anteile die Verleger von Tageszeitungen. Im Jahre 1976 hatte das Unternehmen 190 Gesellschafter. Gewinne wurden zwar erwirtschaftet, bisher aber nicht ausgeschüttet.

Im Inland wurden 1975 von dpa neben der Zentrale in Hamburg, den Hauptbüros in Bonn und Berlin (West) sowie den sieben Landesbüros 15 Außenbüros unterhalten, an 18 weiteren Plätzen festangestellte Bezirksredakteure beschäftigt sowie insgesamt rd. 2 000 freie Mitarbeiter eingesetzt. Außerdem berichtete ein fester Korrespondent aus Berlin (Ost) über das, was dort und in der DDR geschah.

Außerhalb Deutschlands war dpa in mehr als 70 Ländern akkreditiert und in über 60 davon ständig vertreten. Die Zahl der 1975 im In- und Ausland als Redakteure tätigen festangestellten Mitarbeiter belief sich auf 337. Im Ausland verbreitete dpa (1978) einen ‚Europa-Dienst' in deutscher Sprache sowie Überseedienste in Englisch (Mittelost, Afrika, Asien), Arabisch (Mittelost, Nordafrika) und Spanisch (Lateinamerika) und einen ebenfalls für Übersee bestimmten Artikeldienst.

7.2.2 United Press International (UPI)

United Press International (UPI), ein Unternehmen der nordamerikanischen Zeitungskonzerne Scrips-

---

[99]) Vgl. Hansjoachim Höhne: Die Situation auf den Nachrichtenmärkten der Welt. Baden-Baden 1977, S. 90 bis 98.

[100]) An der „European Television Service GmbH" (dpa/e-te-s) ist die Fernseh-Transskriptionsgesellschaft „Trans-Tel GmbH", die von ARD, ZDF und Bundesregierung getragen wird, zu 67 % beteiligt.

Howard und Hearst hat von 1946 bis zum 30. November 1971 einen deutschsprachigen Nachrichtendienst herausgegeben. Nach seinem Rückzug aus dem Markt der deutschsprachigen Nachrichtendienste wurde UPI an Stelle von rtr neuer Hauptlieferant für Auslandsmeldungen an dpa. In Reaktion darauf erschienen schon am 1. Dezember 1971 als neue Wetbewerber sowohl rtr als auch ddp, der kurz vorher unter Beteiligung ehemaliger Mitarbeiter des deutschsprachigen Dienstes der UPI gegründet worden war.

7.2.3 The Associated Press (AP)

Zur Betreuung des deutschen Marktes hat The Associated Press (AP), eine („non-profit"-)Genossenschaft nordamerikanischer Zeitungsverleger und Rundfunkunternehmen, im Jahr 1950 eine Tochtergesellschaft in Frankfurt a. M. gegründet. Neben der dortigen Zentralredaktion, die mit über 20 Redakteuren besetzt ist, werden von ihr Büros in Bonn, Hamburg, Düsseldorf, München und in Berlin (West) unterhalten sowie im Bundesgebiet etwa 100 freie Mitarbeiter beschäftigt. Die Auslandsmeldungen werden dem in London zusammengestellten Europadienst entnommen.

7.2.4 Agence France Presse (AFP)

Die französische Agence France Presse (AFP) ist seit 1951 auf dem bundesdeutschen Markt mit einem deutschsprachigen Nachrichtendienst vertreten, der 1971 durch Aufnahme deutscher Inlandsmeldungen ausgeweitet wurde. Dieser Dienst wird in Paris aus dem in französischer Sprache formulierten Nachrichtenmaterial der AFP-Zentralredaktion zusammengestellt und in die deutsche Sprache übersetzt. Die für AFP aus dem Bundesgebiet berichtenden rund 20 Journalisten orientieren sich an den Bedürfnissen ihrer primär für französisches Publikum, aber auch für den Weltmarkt tätigen Zentralredaktion.

7.2.5 Deutscher Depeschendienst GmbH (ddp)

Die Deutsche Depeschendienst GmbH (ddp) besteht seit 1971. Ihr Stammkapital von 500 000 DM wurde im Jahr 1977 zu je 26 % von einem Verlagskaufmann und von dem alleinigen Geschäftsführer und gleichzeitigen Chefredakteur der Agentur gehalten. Die restlichen 48 % entfielen auf (jetzige und ehemalige) Mitarbeiter der Redaktion sowie auf eine Stiftung, die ihre Anteile treuhänderisch verwaltet und diese nur an festangestellte Mitarbeiter der Agentur in Einzelanteilen bis zu 25 000 DM abgeben darf.

Der Inlandsberichterstattung dieser Agentur dienten neben dem Hauptbüro in Bonn, dem etwa 20 Journalisten angehörten, sechs Büros in Düsseldorf, Hamburg, Hannover, Frankfurt, Stuttgart und München sowie eine Redaktionsvertretung im westlichen Teil Berlins. Von 76 weiteren Inlandsplätzen berichteten freie Mitarbeiter.

Die ddp-Auslandsredaktion befindet sich in London. Dieser Platz eröffnet einen günstigen Zugang zu englischsprachigen Nachrichten-, Supplement- und Monitordiensten, die neben AFP die Hauptquellen der ddp-Auslandsmeldungen sind. Ein zweites Auslandsbüro wird in Zürich unterhalten. Bei der Eigenberichterstattung kann sich ddp außerdem auf eigene Korrespondenten an etwa noch elf anderen Plätzen stützen.

7.2.6 Reuter (rtr)

Der seit Dezember 1971 tätige deutschsprachige Nachrichtendienst der englischen Agentur Reuter (rtr) wurde unmittelbar von der Dachgesellschaft Reuters Limited in London herausgegeben. Das Hauptbüro mit der (1975) etwa 13 Redakteure starken Zentralredaktion dieses Dienstes und einem Team von etwa elf Reportern befindet sich in Bonn; weitere Büros werden in Frankfurt sowie im westlichen und im östlichen Teil Berlins unterhalten. Außerdem stützt sich rtr im Bundesgebiet auf etwa 40 freiberufliche Korrespondenten. Die Auslandsmeldungen übernimmt die Redaktion aus dem agentureigenen englischsprachigen Nachrichtendienst.

7.3 Betriebskapazitäten und Leistungen

Zum Leistungsbild der typischen Nachrichtenagentur gehört es zwar, grundsätzlich über alle Lebensbereiche zu berichten; die Intensität, mit der die einzelnen Bereiche betreut werden, kann jedoch stark variieren. So zeichnet sich das Angebot an deutschsprachigen Nachrichtenagenturdiensten durch große — teils betriebs-, teils marktbedingte — Unterschiede zwischen den betrieblichen Kapazitäten aus, welche die einzelnen Wettbewerber der Berichterstattung über bestimmte Sektoren widmen. Dies gilt sowohl für die Inlands- als auch für die Auslandsberichterstattung.

7.3.1 Deutsche Nachrichtenagenturen

Im Bundesgebiet setzt *dpa* zur Berichterstattung über das dortige Geschehen die mit Abstand höchste Mitarbeiterzahl und die größte Bürokapazität ein (vgl. Abschnitt 7.2). Ihre dominierende Marktstellung (vgl. Abschnitt 7.1.1) spricht dafür, daß im Bundesgebiet die Dienste anderer Agenturen in aller Regel zur Ergänzung bezogen werden. Ihre kaum bestrittene Position einer Primäragentur gründet sich auf die Inlandsberichterstattung. Auf diesem Sektor ist der dpa-Basisdienst nach der Zahl der Meldungen (täglich meist über 200) und der darauf verwendeten Worte (täglich weit über 30 000) zusammen mit den — nur von dpa angebotenen — Regionaldiensten aus den Landesbüros (mit täglich zwischen 45 und 100 Meldungen in 7 000 bis 13 000 Worten in jedem dieser acht Dienste) umfassender als die Berichterstattung jeden Wettbewerbers. Hinzu kommt, daß dpa alle fünf „klassischen" Zeitungssparten (Politik, Wirtschaft, Kultur, Sport und Allgemeines) betreut, wohingegen ein Teil ihrer Konkurrenten bei der Berichterstattung über das Geschehen im Bundesgebiet z. B. den Sport ausklammert bzw. sich auf Politik und Wirtschaft konzen-

triert und hier das Schwergewicht auf Hintergrundinformationen und Analysen legt.

ddp, dessen Inlandsberichterstattung dem Umfang nach die Zweitposition hält, sucht sich von dpa als der Primäragentur u. a. durch stärkere Personalisierung politischer Meldungen abzuheben: Er räumt der Wiedergabe von Meinungsäußerungen politischer Persönlichkeiten über aktuelle Ereignisse relativ zur Ereignisdarstellung mehr Platz ein als andere Agenturen.

7.3.2 Weltagenturen

Wegen der Unterschiede in der Betriebsstruktur und der uneinheitlichen Aufbereitung der zur Verfügung stehenden Daten stößt jeder Vergleich zwischen den Betriebskapazitäten der im Bundesgebiet tätigen westlichen Weltagenturen auf erhebliche methodische Schwierigkeiten. Ihre wirtschaftliche Bedeutung läßt sich noch am besten anhand der Jahresumsätze messen. Für das Jahr 1973 werden in der Literatur folgende Umsätze genannt [101]):

	Umsätze in Millionen DM
1. Associated Press	210
2. United Press International	190
3. Reuters Ltd.	110
4. Agence France Press	85
5. Deutsche Presse Agentur	48

Ob dpa den Weltagenturen oder der — in der Rangordnung folgenden — Gruppe der Internationalen Nachrichtenagenturen zuzurechnen ist, hängt vom benutzten Einordnungskriterium (Umsatz oder Umfang der eigenen Auslandsberichterstattung) ab. Den Weltagenturen zugerechnet werden ferner die Nachrichtenagenturen Telegrafnoje Agenstwo Sowjetskowo Sojusa (TASS) und Hsinhua (VR China).

7.4 Medienpolitische Aspekte der Wettbewerbssituation

Im Bundesgebiet herrscht zwischen den Nachrichtenagenturen mehr Wettbewerb als in anderen Ländern. Die relativ hohe Anzahl deutschsprachiger Nachrichtenagenturdienste bietet für eine freie Meinungsbildung gute Voraussetzungen: Selbst in den kommunikationswirtschaftlich hoch entwickelten Industriestaaten dürfte es nur selten mehr Möglichkeiten geben, anhand von — in der Landessprache übermittelten — Meldungen qualifizierter und voneinander unabhängiger Nachrichtenagenturdienste Äußerungen zu überprüfen, die über öffentlichkeitsrelevante Ereignisse verbreitet werden.

---

[101]) Vgl. S. 76 der von der Vereinigte Wirtschaftsdienste GmbH (VWD) zu ihrem 25jährigen Bestehen herausgegebenen Festschrift (1974) sowie Gert-Walter Minet: Nachrichtenagenturen im Wettbewerb. Köln 1977, S. 66. Die Umsätze der unter 2) und 3) aufgeführten Agenturen sind von VWD geschätzt, der dpa-Umsatz dem dpa-Geschäftsbericht entnommen.

8 Wettbewerbsbezogene und preisrechtliche Maßnahmen des Staates

8.1 Pressefusionskontrolle

8.1.1 Gesetzliche Grundlage

Mit der Dritten GWB-Novelle vom 28. Juni 1976 [102]), die rückwirkend zum 28. Januar 1976 in Kraft getreten ist, sind neue wettbewerbsrechtliche Rahmendaten für Zusammenschlüsse im Pressewesen gesetzt. Die Pressefusionskontrolle knüpft bewußt an ökonomischen Kriterien an und integriert die Prüfung von Pressezusammenschlüssen voll in das geltende Wettbewerbsrecht, wie es im Gesetz gegen Wettbewerbsbeschränkungen geregelt ist. Es wird jetzt darauf ankommen, daß die in der Pressefusionskontrolle liegenden Möglichkeiten zum Schutz kleiner und mittlerer Verlage vor weiterer Konzentration auch tatsächlich genutzt werden. Versuche, die Zusammenschlußkontrolle zu umgehen, können weder bei Pressefusionen noch in der allgemeinen Fusionskontrolle toleriert werden. Der Regierungsentwurf zur Vierten GWB-Novelle [103]) fügt — einer Anregung der Monopolkommission folgend — einen Umgehungstatbestand in die Fusionskontrollregelung ein, der sich auch auf die Pressefusionskontrolle erstreckt.

8.1.2 Aufgegriffene Fusionsfälle

Seit dem Inkrafttreten der Pressefusionskontrollregelung sind bis Juli 1978 die folgenden Fusionsfälle im Pressebereich vom Bundeskartellamt untersagt bzw. im Vorfeld unterbunden worden:

— Ausübung einer Option auf eine Mehrheitsbeteiligung der Axel Springer Verlag AG an der Münchener Zeitungsverlag GmbH & Co. KG („Münchner Merkur", „TZ")

— Beteiligung der Axel Springer Verlag AG am „Elbe-Wochenblatt" (Anzeigenblatt in Hamburg)

— Erwerb einer Mehrheitsbeteiligung der Bertelsmann AG am Deutschen Verkehrs-Verlag („DVZ. Deutsche Verkehrs-Zeitung" — Fachzeitschrift für die Güterverkehrswirtschaft)

— Erwerb einer Minderheitsbeteiligung der Bertelsmann AG an der W. E. Saarbach GmbH (Im- und Export sowie Inlandsvertrieb von Büchern, Zeitungen und Zeitschriften).

Das zuerst erwähnte Optionsrecht ist von der Axel Springer Verlag AG zusammen mit einer Minderheitsbeteiligung (24,9 %) erworben worden. Die Prüfung dieses Beteiligungserwerbes durch das Bundeskartellamt war bei Abfassung des Berichtes noch nicht abgeschlossen. Gegen die Untersagung des Mehrheitserwerbes ist Rechtsmittel eingelegt worden.

Eine Reihe weiterer Zusammenschlüsse befand sich noch in Prüfung. Einzelheiten hierzu sowie Angaben

---

[102]) BGBl. I S. 1697.

[103]) Bundesrats-Drucksache 231/78.

über aufgegriffene Zusammenschlüsse, gegen die das Bundeskartellamt keine Einwände erhoben hat, werden im Bericht der Bundesregierung über die Erfahrungen mit der Fusionskontrolle bei Presseunternehmen wiedergegeben. Nach Auffassung der Bundesregierung lassen die seit Inkrafttreten des Gesetzes vorgenommenen Kontrollverfahren den Schluß zu, daß die Aufgreifkriterien der Pressefusionskontrolle sich eignen, in einem transparenten Verfahren alle wettbewerbs- und medienpolitisch relevanten Zusammenschlüsse im Pressebereich zu erfassen und unter Wettbewerbsgesichtspunkten zu überprüfen. Die Darstellung der bisher im Pressebereich gemachten Erfahrungen mit den materiellen Entscheidungskriterien der Fusionskontrolle soll dem (gemäß Entschließung des Bundestages vom 10. März 1976) von der Bundesregierung vorzulegenden Erfahrungsbericht vorbehalten bleiben.

8.2 Untersuchung der Beteiligungsverhältnisse bei Presseunternehmen

Die Erhaltung der Unabhängigkeit und Vielfalt der Presse erfordert neben der Pressefusionskontrolle mehr Transparenz der Beteiligungsverhältnisse bei Presseunternehmen. Die Bundesregierung hat daher der Monopolkommission den Auftrag zu dem Sondergutachten „Stand und Entwicklung der Unternehmenskonzentration in der Presse unter besonderer Berücksichtigung der Beteiligungsverhältnisse bei Presseunternehmen" erteilt und sie gebeten, ihre Untersuchungsergebnisse in dem alle zwei Jahre zu erstellenden Hauptgutachten der Kommission fortzuschreiben.

Die Monopolkommission hat wegen unzureichender Beantwortung ihrer schriftlichen Fragen durch die Presseunternehmen ihren Gutachterauftrag im Januar 1978 zurückgegeben und erneut die Aufnahme einer gesetzlichen Auskunftspflicht in das Gesetz gegen Wettbewerbsbeschränkungen angeregt. Nach Meinung der Bundesregierung ist im Rahmen der derzeitigen Novellierung des GWB zu prüfen, ob und inwieweit ein solches Auskunftsrecht in den Gesetzentwurf aufgenommen werden sollte. Dabei wird berücksichtigt werden müssen, daß es sich hier um ein sehr weitgehendes Eingriffsrecht handelt, das die betroffenen Wirtschaftsunternehmen erheblich belasten könnte.

8.3 Wettbewerbsrechtliche Prüfungen zum Vertrieb von Zeitungen und Zeitschriften

Das Bundeskartellamt hat in einem Verfahren gegen 17 Gebietsgrossisten in Süddeutschland, die Landeskartellbehörde Nordrhein-Westfalen in einem weiteren Verfahren gegen mehrere Gebietsgrossisten wegen des Verstoßes gegen § 1 GWB durch illegale Gebietsabsprachen ermittelt. Das Verfahren des Bundeskartellamtes führte zu einem Bußgeldbescheid über 853 000 DM, gegen den die Betroffenen Rechtsmittel eingelegt haben.

Das Bundeskartellamt hat den Vorwurf einer Interessengemeinschaft von Zeitungs- und Zeitschriteneinzelhändlern gegen einen süddeutschen Gebietsgrossisten überprüft, er verwende mißbräuchliche Zahlungs- und Lieferbedingungen. Auf Verlangen des Bundeskartellamtes hat der Grossist seine Zahlungs- und Lieferbedingungen derart modifiziert, daß über eine Verlängerung des Zahlungsziels und die Abschaffung des obligatorischen Bankeinzugsverfahrens die Vorfinanzierung des Grossisten durch den Einzelhandel verringert werden konnte. Das Dispositionsrecht des Grossisten wurde dahin gehend eingeschränkt, daß bei der Belieferung des Einzelhändlers die branchenübliche Remissionsquote bei den einzelnen Objekten beachtet werden muß und die Gesamtremission im Jahresdurchschnitt nicht unangemessen hoch sein darf.

Die Belieferungsklage eines verlagsgebundenen neuen Grosso-Unternehmens ist derzeit beim Bundesgerichtshof anhängig, nachdem die Vorinstanzen die Klage abgewiesen hatten. Vor dem Hintergrund dieser Einzelverfahren prüft das Bundeskartellamt in Zusammenarbeit mit den Landeskartellbehörden, welche Wettbewerbsbeschränkungen für die Aufrechterhaltung der Funktionsfähigkeit des Pressevertriebs wegen der dort gegebenen Besonderheiten unumgänglich sind.

8.4 Preisbildung bei öffentlichen Aufträgen über Schulbücher

Die Schulträger sind in den letzten Jahren aus Ersparnisgründen großenteils dazu übergegangen, die Lernmittelfreiheit nicht länger mit Hilfe eines Gutscheinsystems (Kauf der Bücher durch den einzelnen Schüler) zu realisieren, sondern durch eigene Sammelbestellungen über sehr hohe Auftragswerte. Dadurch hat sich das Schulbuchgeschäft strukturell gewandelt; es hat sich vom Ladengeschäft weitgehend zu einem Massengeschäft mit Auslieferung an den Schulen entwickelt.

Nach dem Preisrecht für öffentliche Aufträge sind bei außergewöhnlichen Auftragsgrößen Nachlässe von den üblichen Preisen (das sind bei Schulbüchern überwiegend die nach § 16 des Gesetzes gegen Wettbewerbsbeschränkungen gebundenen Preise) zu gewähren, soweit diese Nachlässe durch Kosteneinsparungen gerechtfertigt sind. Es ergaben sich daher Kollisionen zwischen dem öffentlichen Preisrecht und den privatrechtlichen Preisbindungsverträgen.

Am 21. Januar 1977 hat der Bundesminister für Wirtschaft die Verordnung PR Nr. 1/77 über die Preise ben öffentlichen Aufträgen für Schulbücher erlassen.

Ziel der neuen Verordnung ist eine Konsolidierung des unübersichtlich gewordenen Schulbuchgeschäfts. Aus diesem Grunde sieht die Verordnung feste Nachlässe für den Bezug größerer Stückzahlen eines Schulbuchs und Nachlaßmargen für Aufträge im Wert von mehr als 50 000 DM vor. Diese Nachlässe sind insoweit verbindlich, als sie von den Verlagen in die Preisbindung einbezogen werden.

Die Geltungsdauer dieser Verordnung ist begrenzt bis zum 31. Dezember 1978; eine einmalige Verlängerung (bis zum 31. Dezember 1980) ist jedoch vorgesehen.

9 Wirtschaftliche Hilfen

9.1 ERP-Kredite

Aus einem besonderen Presseprogramm, das aus Mitteln des ERP-Sondervermögens finanziert wird, werden seit dem Jahre 1968 zur Erhaltung der Vielfalt der Träger der Meinungsbildung Presseunternehmen zinsgünstige Darlehen gewährt. Antragsberechtigt sind kleine und mittlere Presseverlage, soweit ihre Zeitungen bzw. Zeitschriften überwiegend der politischen Bildung und Unterrichtung dienen, darüber hinaus auch verlagsfremde Druckereien, soweit sie für antragsberechtigte Presseverlage ständig Druckleistungen erbringen.

Bevorzugt berücksichtigt werden Presseverlage, deren Verkaufsauflagen bei täglichem Erscheinen 80 000 Exemplare nicht überschreiten, sowie Kooperationen kleiner und mittlerer Presseunternehmen, die geeignet sind, den Bestand an Vollredaktionen (Publizistische Einheiten) zu erhalten [104]).

Die Darlehen werden gewährt für die auf lange Frist erforderliche anteilige Finanzierung

— technischer Einrichtungen zur Herstellung bzw. zum Vertrieb von Zeitungen und Zeitschriften sowie

— der hierfür notwendigen Baumaßnahmen.

Seit Aufnahme des ERP-Presseprogramms im Jahre 1968 sind bis Ende 1977 insgesamt 253 Kredite im Gesamtbetrag von rund 74,7 Millionen DM für Investitionen von insgesamt 248,4 Millionen DM bewilligt worden.

Eine Aufgliederung der bewilligten ERP-Darlehen nach der Auflagengrößenklasse der geförderten Presseorgane enthält Tabelle B 43. Ihr ist zu entnehmen, daß den bevorzugt zu fördernden Presseverlagen mit Verkaufsauflagen bis 80 000 Exemplaren 92,6 % der Darlehenssumme bewilligt worden sind.

Die höchsten Anteile an der Bewilligungssumme von rund 74,7 Millionen DM entfallen auf Presseunternehmen der Länder Bayern (24,0 %), Baden-Württemberg (19,1 %), Niedersachsen (17,4 %) und Nordrhein-Westfalen (14,8 %); es folgen Hessen (9,1 %), Schleswig-Holstein (8,5 %) und Rheinland-Pfalz (2,8 %). Presseunternehmen in Hamburg, Bremen und dem Saarland erreichten zusammen einen Anteil von 4,3 %.

Der reale Jahreszinssatz der ERP-Pressekredite hat vom 27. November 1973 bis 16. April 1975 rund 8 % betragen. Er wurde seither wie folgt gesenkt: Ab 16. April 1975 auf rund 7,5 %, ab 1. April 1976 auf rund 7 %, ab 12. Januar 1977 auf 6,0 % und ab 30. September 1977 auf 5,5 % [105]). Für Vorhaben im Zonenrandgebiet ermäßigen sich die vorgenannten Zinssätze um je 1 Prozentpunkt.

Tabelle B 43

ERP-Kredite nach Auflagengrößenklassen 1968 bis 1977

Verkaufslage von ... bis unter	Anzahl der Kredite	Kreditsumme (in tausend DM)	Anzahl in %
bis 20 000	167	38 170	*51,1*
20 000 bis 40 000	39	14 690	*19,7*
40 000 bis 80 000	32	16 275	*21,8*
80 000 bis 110 000	9	2 840	*3,8*
110 000 bis 160 000	6	2 700	*3,6*
insgesamt ...	253	74 675	*100*

Quelle: Eigene Ermittlungen.

Im Haushaltsjahr 1977 sind insgesamt 16,13 Millionen DM ERP-Darlehen bewilligt worden. Dieser Betrag liegt deutlich über dem jährlichen Programmdurchschnitt von rund 7,5 Millionen DM. Er erklärt sich im wesentlichen aus einer deutlichen Verbesserung der Zeitungskonjunktur im Jahr 1976, verstärkten Modernisierungsbemühungen der Verlage im Bereich der technischen Herstellung sowie aus dem durch Auslaufen des Zinszuschußprogramms am 30. Juli 1977 bedingten „Torschlußeffekt" (vgl. Abschnitt B. 9.3).

9.2 KW-Kredite

Auf Grund der von der Bundesregierung am 30. April 1974 beschlossenen Sofortmaßnahmen [106]) wurden die Zeitungsverlage in Sonderprogramme der Kreditanstalt für Wiederaufbau (KW) einbezogen; seit dem 1. Januar 1977 werden sie im Rahmen der Mittelstandsprogramme (M I und M II) betreut. In den Jahren 1974 bis 1977 sind kleinen und mittleren Tageszeitungsverlagen (bis zu 150 Millionen DM oder seit 1. Januar 1977 bis zu 200 Millionen DM Jahresumsatz) aus Mitteln der KW 89 Kredite von insgesamt 60,74 Millionen DM zugesagt worden. Eine Unterteilung dieses Betrages nach Zusagejahren und nach Kreditarten enthält die Tabelle B 44.

---

[104]) Vgl. Richtlinie zur Gewährung von ERP-Darlehen vom 21. Juli 1976 („Bundesanzeiger", Nr. 139 vom 28. Juli 1976), geändert durch die Bekanntmachungen vom 12. Januar 1977 („Bundesanzeiger", Nr. 18 vom 27. Januar 1977) und vom 30. September 1977 („Bundesanzeiger", Nr. 198 vom 20. Oktober 1977).

[105]) Die Renditen der Industrieobligationen erreichten in dieser Zeit im Durchschnitt folgende Jahressätze: 11,1 % (1974), 9,1 % (1975), 8,2 % (1976), 6,8 % (1977). Quelle: Statistische Beihefte zu den Monatsberichten der Deutschen Bundesbank, Reihe 2: „Wertpapierstatistik, Nr. 7 (Juli 1978), S. 7 b.

[106]) Vgl. Medienbericht 1974, Drucksache 7/2104 S. 27.

Tabelle B 44

Zusagen der Kreditanstalt für Wiederaufbau über Darlehen aus eigenen Mitteln an Tageszeitungen im Rahmen besonderer Kreditprogramme von 1974 bis 1977

	1974		1975		1976		1977	
	Anzahl	tausend DM	Anzahl	tausend DM	Anzahl	tausend DM	Anzahl	tausend DM
I. Langfristige Investitionskredite								
Ergänzungsfinanzierung zum ERP-Presseprogramm	3	460	3	2 260	4	975	24	11 335
M-Kredite Presse	15	10 080	2	4 350	7	8 200	8	12 160
	18	10 540	5	6 610	11	9 175	32	23 495
II. Kredite mit 18 Monaten Laufzeit zur Finanzierung erhöhter Papierkosten und für Maßnahmen im Vertrieb	13	3 970	3	2 350	7	4 600	—	—
insgesamt ...	31	14 510	8	8 960	18	13 775	32	23 495

Quelle: Kreditanstalt für Wiederaufbau.

9.3 Zinszuschüsse

Im Rahmen der von der Bundesregierung am 9. Juli 1975 beschlossenen Sofortmaßnahmen sind kleinen und mittleren Tageszeitungsverlagen auf Antrag für eine Übergangszeit Zinszuschüsse zur Verbilligung von Krediten bewilligt worden.

Die Zinszuschüsse sind an die Bewilligung von Darlehen aus Mitteln des ERP-Presseprogramms bzw. der Kreditanstalt für Wiederaufbau gekoppelt. Jeder Tageszeitungsverlag, dem ein solches in der Zeit vom 9. Juli 1975 bis zum 30. Juni 1977 beantragtes Darlehen bewilligt worden ist, hat auf Antrag an die Kreditanstalt für Wiederaufbau, in deren Händen die bankmäßige Abwicklung der Darlehen (auch der aus ERP-Mitteln) und der Zinszuschüsse liegt, eine Zusage auf Zuschußgewährung erhalten. Höhe und Dauer der Zuschußgewährung richteten sich nach dem Zeitpunkt, in dem der Darlehensantrag bei den bewilligenden Stellen vorgelegen hat. Für Darlehen, deren Anträge dort im Zeitraum vom 9. Juli 1975 bis 31. Dezember 1976 eingegangen sind, werden Zuschüsse in Höhe von jährlich 2 % der jeweiligen Darlehenschuld bis zur Dauer der ersten vier Jahre der Kreditlaufzeit gezahlt. Für Darlehen, deren Antragsvorlage in das erste Halbjahr 1977 fiel, wird wegen der im Januar 1977 vorgenommenen Verbesserungen der Darlehenskonditionen (die einer Senkung des realen Zinsfußes um etwa 1 Prozentpunkt entsprechen) jährlich nur noch 1 % Zuschuß geleistet, und zwar längstens bis zum 31. Dezember 1980.

Am 31. Dezember 1977 beliefen sich die Ursprungsbeträge der bewilligten zuschußberechtigten Kredite auf rund 57,6 Millionen DM, davon hatten Darlehen im Ursprungsbetrag von rund 33,2 Millionen DM Anspruch auf den zweiprozentigen und Darlehen im Ursprungsbetrag von rund 24,4 Millionen DM Anspruch auf den einprozentigen Zinszuschuß. Die Inanspruchnahme der Zinszuschüsse hängt davon ab, wann die bereitgestellten Kredite von den Darlehensnehmern abgerufen werden. Bis Ende 1977 sind aus dem Bundeshaushalt 587 252,64 DM Zinszuschüsse gezahlt worden, davon 449 689,01 DM im Haushaltsjahr 1977.

9.4 Gebührenvergünstigungen

Die Deutsche Bundespost räumt den Presseunternehmen Gebührenvergünstigungen im *Postzeitungsdienst* ein. Die infolgedessen bis 1976 auf 615 Millionen DM/Jahr angewachsene Kostenunterdeckung im Postzeitungsdienst trägt erheblich zu dem ökonomischen Ungleichgewicht zwischen Post- und Fernmeldewesen bei. Diese Entwicklung mußte aufgehalten werden, bevor sie den Bestand des Dienstleistungsangebotes in den Bereichen Postvertriebsstück, Postzeitungsgut und Streifbandzeitung ernsthaft gefährdet. Die Verlegerverbände haben sich deshalb mit dem Bundespostminister darauf verständigt, die Gebühreneinnahmen der Deutschen Bundespost vom 1. Januar 1978 an jährlich den Kostensteigerungen anzupassen. Damit wird ein weiteres Ansteigen der Kostenunterdeckung verhindert, während die Deutsche Bundespost andererseits im staatspolitischen Interesse zugunsten der Presse eine

Belastung in der bisherigen Höhe hinnimmt. Die Regelung gilt, bis im Postzeitungsdienst ein Kostendeckungsgrad von 50 % erreicht ist. Das wird wahrscheinlich etwa 1985 der Fall sein.

Auch im *Fernmeldewesen* gelten Vorzugsregelungen zugunsten der Presseunternehmen. So werden den Nachrichtenagenturen bei den Telegrafenstromwegen bis 50 km Gebührenvergünstigungen in der Weise eingeräumt, daß hierfür nur die Hälfte der verordneten Gebührensätze erhoben wird, sofern diese ausschließlich für die Übermittlung von Nachrichten für Zeitungsunternehmen, Rundfunkanstalten und Behörden benutzt werden. Unter den gleichen Voraussetzungen entfällt auch die Erhebung der Ausgleichsgebühren. Zum Errichten und Betreiben von Drahtfernmeldeanlagen sind die Nachrichtenagenturen von der Zahlung der Genehmigungsgebühren befreit, soweit posteigene Telegrafenstromwege benutzt werden und alle auf einem Grundstück vorhandenen Betriebstellen sich bei Zeitungsunternehmen, Rundfunkanstalten, Behörden oder Nachrichtenagenturen befinden. Wenn nicht *nur* posteigene Telegrafenstromwege verwendet werden, beträgt die Gebühr die Hälfte der verordneten Gebühr.

II. Pressefreiheit

In der Regierungserklärung vom 16. Dezember 1976 hat die Bundesregierung erneut darauf hingewiesen, daß der privatrechtliche Charakter der Presse ebenso erhalten bleiben soll wie der öffentlich-rechtliche Charakter des Rundfunks. Es handelt sich hierbei um zwei sich ergänzende Prinzipien, auf denen das Kommunikationssystem der Bundesrepublik Deutschlang gründet. Beide organisatorischen Lösungen müssen auf das verfassungsmäßige Ziel hin, jedem Bürger ein Höchstmaß an Kommunikationsfreiheiten und -möglichkeiten zu garantieren, gesehen werden. Im Mittelpunkt muß dabei der Bürger stehen, der sich umfassend und vielseitig informieren, seine Meinung frei bilden und äußern und damit demokratische Gemeinschaft eigenverantwortlich mitgestalten können soll.

1 Pressevielfalt

Während beim Rundfunk die gesetzlich geregelte pluralistische Binnenstruktur jedem Teilnehmer eine Vielzahl in sich vielfältiger Hör- und Fernsehprogramme auch verschiedener Rundfunkanstalten sichern soll, wird die Informations- und Meinungsvielfalt im Pressewesen als Ergebnis privatwirtschaftlicher Konkurrenz und der Regelungskraft des Marktes gesehen. So ist das Bundesverfassungsgericht in seinem Urteil 1961 davon ausgegangen, daß „innerhalb des deutschen Pressewesens eine relativ große Zahl von selbständigen und nach ihrer Tendenz, politischen Färbung oder weltanschaulichen Grundhaltung miteinander konkurrierenden Presseerzeugnissen existiert" [107]. Diese Annahme schließt ein, daß der Bürger hinreichende Auswahlmöglichkeiten hat. Aus diesem Grunde kommt es für die Erhaltung der Vielfalt des Presseangebots vor allem auch auf die Erhaltung von Auswahlmöglichkeiten an.

1.1 Allgemeine Pressevielfalt

Dem Bild einer sich in der Vielzahl unterschiedlicher Presseerzeugnisse darstellenden Fülle von Auswahlmöglichkeiten entspricht das Pressewesen in der Bundesrepublik Deutschland im wesentlichen, sofern in diese Beurteilung entsprechend dem Artikel 5 GG zugrundeliegenden weiten Pressebegriff sämtliche periodischen und auch die nicht periodisch erscheinenden Druckwerke einbezogen und neben den Tageszeitungen auch die vielfältigen Angebote an Zeitschriften aller Art und sogenannten lokalen oder regionalen Periodika mit informatorischem Inhalt — unbeschadet der ihnen eigenen thematischen Beschränkung — berücksichtigt werden.

So erschienen in der Bundesrepublik Deutschland, wie im einzelnen zu B. I. dargestellt, im Jahre 1976 noch 1 229 redaktionelle Ausgaben von Tageszeitungen, die von 403 Verlagsbetrieben herausgegeben wurden. Der allgemeine politische Teil dieser Zeitungen wird von z. Z. 119 Vollredaktionen (publizistischen Einheiten) produziert. Hierin sind auch 8 Straßenverkaufszeitungen mit 35 redaktionellen Ausgaben enthalten. Nach den Erhebungen der Bundespressestatistik erschienen zum 31. Dezember 1975: 3 838 Zeitschriften; hiervon waren 2 875 überregional und 963 lokal/regional verbreitet. Unter diesen befanden sich 590 Publikumszeitschriften, 75 politische Wochenblätter, 205 konfessionelle Zeitschriften, 852 wissenschaftliche Fachzeitschriften, 1 020 andere Fachzeitschriften sowie 198 Verbandszeitschriften. Dem sind diejenigen zahlreichen Zeitschriften hinzuzurechnen, die nicht von Unternehmen i. S. des Pressestatistikgesetzes herausgegebenen und demgemäß von der Bundespressestatistik nicht erfaßt werden; die Gesamtheit der Zeitschriften wird mit fast 10 000 Zeitschriften beziffert werden dürfen [108]. Außerdem erschienen 1977 nach einer Erhebung der Zeitungsverleger 576 Anzeigenblätter mit wachsendem redaktionellem Teil. Die Zahl der unter der allgemeinen Bezeichnung „Stadtteilpresse" von Bürgerinitiativen, Parteien oder Verbänden herausgegebenen Publikationen läßt sich z. Z. zahlenmäßig nicht abschätzen, nimmt aber gleichfalls wachsenden Umfang an. Die Buchproduktion schließlich wies im Jahre 1976 in der Bundesrepublik Deutschland 46 763 Titel, darunter 37 628 Erstauflagen aus; dies machte die Bundesrepublik Deutschland zum drittgrößten Produzenten der Welt an Buchtiteln.

1.2 Eingeschränkte Vielfalt bei der regionalen/lokalen Zeitungspresse und bei Sonntagszeitungen

Betrachtet man hingegen nur die eigentliche Zeitungspresse als einen für die Meinungsbildung wichtigen Teil der Presse, so entspricht hier die derzeitige Realität der Vorstellung von der wünschenswerten Wettbewerbslage auf den Zeitungsmärkten

[107]) BVerfGE 12, 205/261.

[108]) Vgl. Anm. 14.

in den zwei bedeutsamen Teilbereichen der regionalen/lokalen Zeitungspresse und der Sonntagszeitungen nicht.

Ein umfangreicheres Angebot an profilierten unterschiedlichen Meinungsträgern gibt es bei den überregionalen Tageszeitungen und Wochenblättern. Hier vermittelt eine Reihe selbständiger Presseorgane unterschiedlicher politischer Färbung und publizistischer Grundhaltung — 5 überregionale Tageszeitungen, 3 weitere Tageszeitungen mit überregionaler publizistischer Geltung, eine börsentäglich erscheinende Wirtschafts- und Finanzzeitung und 12 politische Wochenblätter — ein pluralistisches Gesamtbild in Nachrichtengebung und Kommentierung. Eine Ausnahme davon bildet der Markt der überregionalen Sonntagszeitungen, auf dem nur zwei Publikationen desselben Verlagsunternehmens erscheinen.

Demgegenüber erscheinen Regional- und Lokalzeitungen häufig ohne Konkurrenz gleichartiger selbständiger Zeitungen innerhalb ihrer Verbreitungsgebiete. Die Zahl der sog. Ein-Zeitungs-Kreise [109]) beträgt z. Z. 45,3 % aller Kreise mit 32,7 % der Gesamtbevölkerung der Bundesrepublik Deutschland; 20 von 68 Großstädten in der Bundesrepublik Deutschland wurden nur mit einer Abonnementszeitung versorgt, die über das aktuelle örtliche Geschehen berichtet, in 42 Großstädten gab es allerdings noch mindestens zwei oder mehr derartige Zeitungen von mindestens zwei verschiedenen Verlagsgruppen.

Neben der überregionalen, regionalen und lokalen Abonnementspresse erscheint zwar eine Reihe überregionaler und regionaler Straßenverkaufszeitungen. Sie vermögen wegen ihrer spezifischen inhaltlichen Gestaltung indessen kein volles publizistisches Gegengewicht zur Abonnementspresse zu schaffen; der lokale Informationsbereich wird durch sie außerdem nur in einigen Großstädten abgedeckt. Auswahlmöglichkeiten im Sinne des Vielfalts- und Konkurrenzmodells bestehen also nur im dargelegten Rahmen.

Bei der Beurteilung der deutschen Zeitungslandschaft kann allerdings nicht unberücksichtigt bleiben, daß sich — wenn auch regional unterschiedlich — eine wachsende Zahl ergänzender Pressepublikationen etablieren konnte, die die von der Tagespresse nicht mehr abgedeckten Informationslücken im vorwiegend lokalen und kommunalen Geschehen auszugleichen und neue aufgetretene Informationsbedürfnisse auszufüllen suchen. Kirchen-, Vereins- und Parteipresse, sog. Bürgerblätter als Informationsträger von Bürgerinitiativen, Stadtteilpresse und Stadtillustrierte, lokale Wochen- und Anzeigenblätter, Schüler- und Jugendschriften, Amts- und Gemeindeblätter enthalten ein vielschichtiges und über soziale und gesellschaftliche Gruppeninformationen nicht selten hinausgehendes Informations- und Meinungsspektrum, das Informationen durch die Tageszeitung ergänzen und in bestimmten Sachbereichen vertiefen will.

[109]) Zum Begriff und der flächenmäßigen Entwicklung der Ein-Zeitungs-Kreise vgl. B.I.1.1.1. sowie Schaubild 1 auf S. 16—17.

1.3 Grundsätze für die Erhaltung der Pressevielfalt

Für die künftige Erhaltung der Pressevielfalt sollte nach Auffassung der Bundesregierung insbesondere davon ausgegangen werden, daß ein bestmögliches Angebot wirtschaftlich und publizistisch leistungsfähiger voneinander unabhängiger und miteinander im Wettbewerb stehender Informationsträger insgesamt eine größere Informations- und Meinungsvielfalt erwarten läßt und den Freiheitsraum des Bürgers erhöht. Eine Konzentration auf wenige marktbeherrschende Unternehmen hingegen verengt den Spielraum für eine inhaltlich vielgestaltige Presse. Das kann auch durch unternehmensinterne Vorkehrungen zur Sicherung der Vielfalt in einzelnen Presseorganen wegen des fortwirkenden einheitlichen Unternehmensinteresses auf Dauer nicht verhindert, allenfalls unter günstigen wirtschaftlichen Verhältnissen zeitweise aufgeschoben werden. Die Gründe dafür sind die gleichen, die für die Verhaltensweisen von marktbeherrschenden Unternehmen gelten [110]).

Deshalb ist die Erhaltung der Vielfalt der Presse im Sinne einer *externen Pluralität* unabdingbar. Alle unternehmensinternen Vorkehrungen zur Sicherung der Vielfalt innerhalb der einzelnen Presseerzeugnisse sind dafür kein Ersatz, sondern ein davon unabhängiges Anliegen.

2 Innere Pressefreiheit

Die 1969 zwischen den Journalistenverbänden und dem Bundesverband Deutscher Zeitungsverleger (BDZV) aufgenommenen Verhandlungen über eine einvernehmliche *bundeseinheitliche* Regelung der Zusammenarbeit von Verleger und Redaktion (Kompetenzabgrenzung) endeten nach wechselhaftem Verlauf im April 1974 ergebnislos. Versuche der Journalistenorganisationen, die Probleme der „Inneren Pressefreiheit" in einzelnen Verlagshäusern durch Firmentarifverträge zu lösen, hatten ebenfalls keinen durchgreifenden Erfolg [111]). Verhandlungen mit den einzelnen Verlagen scheiterten, weil sich diese auf ihre fehlende Kompetenz beriefen [112]). Die Verlegerverbände waren nicht bereit, die von den Journalistenverbänden vorgelegten Entwürfe eines Tarifvertrages über die Mitbestimmung des

[110]) Vgl. Ernst-Joachim Mestmäcker: Medienkonzentration und Meinungsvielfalt, a. a. O. (vgl. Anm. 72), S. 65 f.

[111]) Nur zwischen der allgemeinen Druck- und Presseverlagsgesellschaft mbH. Hamburg („Hamburger Morgenpost") und den Landesverbänden Hamburg der IG Druck und Papier und des DJV wurden nach dem Vorbild der am 5. April 1973 zwischen der Westfälischen Verlagsgesellschaft mbH (Westfälische Rundschau) und der IG Druck abgeschlossenen Tarifverträge am 30. September 1974 ein entsprechender Firmentarifvertrag vereinbart. Die Tarifverträge der „Westfälischen Rundschau" (WR) sind inzwischen nach Übernahme der WR durch die WAZ-Verlagsgruppe hinfällig geworden, nachdem sie von der neu gebildeten Verlagsgesellschaft nicht mehr erneuert wurden.

[112]) Satzungsgemäß ist die Tarifhoheit dem BDZV übertragen.

Betriebsrates und eines Tarifvertrages über die Zusammenarbeit von Verleger und Redaktion [113]) in den Redaktionen zu akzeptieren.

Sie brachten rechtliche Bedenken vor [114]), die wiederum von den Journalisten als für sie nicht überzeugend abgewiesen wurden.

Auf der Grundlage einer überarbeiteten Fassung dieser beiden Tarifvertragsentwürfe schlossen mit Wirkung vom 1. September 1976 die SPD-eigenen Druck- und Verlagsunternehmen [115]) und die Industriegewerkschaft Druck und Papier entsprechende Tarifverträge, die erweiterte Mitbestimmungsrechte für Betriebsrat und Redaktionen einführten.

Mit Wirkung zum 1. April 1977 haben sich auch die Coburger Klischee- und Litho-Anstalt GmbH sowie die Druck- und Verlagsanstalt Neue Presse GmbH in Coburg dem Tarifvertrag angeschlossen.

Die parallel hierzu verlaufende Entwicklung von einvernehmlichen Redaktionsstatuten zeigt, daß zwar ein Teil der früher in Kraft befindlichen Redaktionsstatute entfallen ist, einige andere aber neu hinzugekommen sind. Die Gesamtzahl dieser Statute hat sich damit, absolut gesehen, nicht verringert; sie stagniert jedoch [116]).

---

[113]) Wortlaut abgedruckt in „die feder", 23. Jg. 1974/ Nr. 9, S. 22 bis 25.

[114]) Vgl. hierzu die auf Ansuchen des BDZV erstellten Gutachten: Hans Schneider: Verfassungsrechtliche, Grenzen einer gesetzlichen Regelung des Pressewesens. Berlin 1971; Werner Weber: Innere Pressefreiheit als Verfassungsproblem. Berlin 1973; Peter Lerche: Verfassungsrechtliche Aspekte der „Inneren Pressefreiheit". Berlin 1974; Peter Hanau: Pressefreiheit und paritätische Mitbestimmung. Berlin 1975; weiter Bernd Rüthers: Tarifmacht und Mitbestimmung in der Presse. Berlin 1975; Wilhelm Dütz: Tendenzschutz und Beteiligungsrechte des Betriebsrats, insbesondere bei Kündigungen in Pressebetrieben. In: „Der Betriebs-Berater", 30. Jg. 1975/Heft 28, S. 1261 bis 1270; vgl. ferner mit ähnlichem Ergebnis: Joseph H. Kaiser: Presseplanung. Frankfurt/Main 1972; Gerhard Müller: Wem das Grundgesetz die Pressefreiheit anvertraut hat. In: „Frankfurter Allgemeine" vom 17. August 1973 (als Sonderdruck erschienen); Ulrich Scheuner: Stellung des Verlegers in einer freien Presse. In: „ZV + ZV", 74. Jg. 1977/Heft 22, S. 977 ff. Für die Zulässigkeit tarifvertraglicher Regelungen über die innere Pressefreiheit haben sich dagegen u. a. folgende Autoren ausgesprochen: Andreas Ihlefeld: Noch einmal: Die Tarifverträge der „Westfälischen Rundschau" aus betriebsverfassungsrechtlicher Sicht. In: „Archiv für Presserecht", Jg. 1973, S. 516 bis 518; Peter Schwerdtner: Das Rechtsverhältnis zwischen Verleger und Redakteur. Innere Pressefreiheit und Arbeitsrecht. In: „Der Betriebs-Berater", 26. Jg. 1971/Heft 20, S. 833 bis 840; Horst Neumann-Duisberg: Redaktionsrat und Redaktionsausschuß als neue Mitbestimmungsorgane in Presseverlagen. In: „Der Betriebs-Berater", 25. Jg. 1970/Heft 24, S. 1054 bis 1056; Erich Frey: Der Tendenzschutz im Betriebsverfassungsgesetz 1972. In: „Arbeit und Recht", 20. Jg. 1972/Heft 6, S. 161 bis 168.

[115]) Hierzu gehören:
Konzentration GmbH und Co. KG, Winterstraße 15, 5300 Bonn-Bad Godesberg;
Allgemeine Druck- und Presseverlage GmbH, Hamburg;
Bavaria-Druck GmbH, München;
Braunschweig-Druck GmbH Druck- und Verlagsanstalt Braunschweig;
Druckhaus Deutz GmbH, Köln;
Druckhaus Heilbronn GmbH, Heilbronn;
Druckhaus Karlsruhe GmbH, Karlsruhe;
Druckhaus J. H. Schmalfeldt & Co., Bremen;
Göttinger Druckerei und Verlagsgesellschaft mbH, Göttingen;
Hamburger Buchdruckerei u. Verlagsanstalt Auerdruck GmbH, Hamburg;
Hildesheimer Druck- und Verlags-GmbH, Hildesheim;
Neuer Vorwärts-Verlag, Bonn;
Sozialdemokratischer Pressedienst GmbH, Bonn;
Union Druck GmbH, Saarbrücken;
Wullenwever-Druck Heine KG, Lübeck.

[116]) Unter Redaktionsstatuten werden hier nur solche „Statute" verstanden, die zwischen Verleger und Redaktion vereinbart wurden. Einseitig von der Redaktion verabschiedete „Statute" bleiben hier außer Ansatz; ebenso außer Betracht bleiben „Redaktionelle Leitsätze", „Publizistische Grundsätze" oder sonstige „Richtlinien", die meist inhaltlich nicht auf Mitbestimmung oder Mitwirkung abzielen und die regelmäßig keine Redaktionsvertretung vorsehen.
Noch in Kraft befinden sich die Redaktionsstatute der folgenden Zeitungen und Zeitschriften (Quelle: Wolfgang Hoffmann-Riem: Ein Optimalmodell redaktioneller Mitbestimmung in der Presse. Gutachten für das Bundesministerium des Innern. Hamburg Dezember 1976 [unveröff.] und eigene Feststellungen):

Abendzeitung	— Statut vom 19. August 1972, ergänzt durch sogenannte „Protokollnotizen" vom 1. April 1975.
Mannheimer Morgen	— Statut vom 22. April 1969.
Rhein-Zeitung (Koblenz)	— Statut vom 1. April 1969 in der Neufassung vom 1. Januar 1976.
Saarbrücker Zeitung	— Statut vom 4. Dezember 1969; Ende 1975 hat sich der Redaktionsbeirat allerdings aufgelöst; das Statut ist jedoch weiterhin in Kraft.
Süddeutsche Zeitung	— Statut vom 4. Dezember 1971.
Südwest Presse (Ulm)	— Statut vom 1. Januar 1977.
Kölner Stadt-Anzeiger	— Statut vom 22. Mai 1971.
Die Zeit	— Statut vom 1. Juli 1974.
Vorwärts	— Statut vom 1. September 1976.
Stern	— Statut vom 19. Mai 1969 in der Neufassung vom 1. Februar 1974. Für andere Zeitschriften des Gruner + Jahr Verlages — wie z. B. „Eltern" — gelten einseitig gesetzte „Grundsätze der Zusammenarbeit zwischen Verlag und Redaktion", die zum Teil auch die Bildung eines Redaktionsbeirats ermöglichen, diesem aber — im Vergleich zum Stern-Statut — nur sehr abgeschwächte Kompetenzen einräumen.
Capital	— Statut vom 20. Mai 1975.

Einige Statute erledigten sich durch Konkurs oder Fusion der Zeitung oder Zeitschrift [117]).

Andere wurden gekündigt oder erwiesen sich als unbefriedigend, so daß — so in einem Fall — die Redaktionsvertretung ihre Mitarbeit einstellte [118]).

Bei einer Betrachtung der noch in Kraft befindlichen Regelungstypen in den Statuten lassen sich in grober Einteilung zwei Haupttypen feststellen: Zum einen solche Statute, die von einem pressespezifischen Regelungskomplex ausgehen und ausschließlich redaktionsbezogene (Sonder)Regelungen vorsehen. Zum anderen Statute — so in den erwähnten Tarifverträgen —, die eine starke Anbindung an die betriebsverfassungsrechtlichen Regelungsmechanismen vorsehen und sich soweit wie möglich an die für alle Arbeitnehmer geltenden Regelungen angleichen, d. h. Sonderregelungen vermeiden.

Die Bemühungen zur Regelung der Zusammenarbeit zwischen Verlegern und Redakteuren dauern an. Die Bundesregierung würde einem erfolgreichen Abschluß dieser Verhandlungen vor einer gesetzlichen Regelung wie bisher den Vorzug geben.

3 Pressefreiheit und Arbeitskämpfe im Druckereigewerbe

Im Berichtszeitraum haben — 1976 und 1978 — Arbeitskämpfe im Druckereigewerbe stattgefunden. Die von der zuständigen Gewerkschaft um tarifliche Ziele geführten Streiks — 1976 ging es um einen Lohntarifvertrag, 1978 um einen Tarifvertrag über Einführung und Anwendung rechnergesteuerter Textsysteme — wurden in verschiedenen Phasen der Auseinandersetzungen von der Arbeitgeberseite jeweils mit Aussperrungen beantwortet [119]). Als Folge der Tarifauseinandersetzungen (Streik *und* Aussperrung) konnten während ihrer Dauer Zeitungen und Zeitschriften überhaupt nicht oder — in geringem Umfang — nur als Notausgaben erscheinen.

3.1

Aus Anlaß der geschilderten Tarifauseinandersetzungen ist von verschiedener Seite die Frage aufgeworfen worden, ob durch die Arbeitskämpfe das Grundrecht der Informations- und Pressefreiheit (Artikel 5 GG) verletzt worden sei. Die Frage wird in der wissenschaftlichen Auseinandersetzung unterschiedlich beantwortet.

Nach einem Urteil des Bundesgerichtshofs [120]) verletzt ein Lohnstreik gegen Zeitungsbetriebe nicht schlechthin das Grundrecht der Pressefreiheit, sondern ist grundsätzlich zulässig. Dem Recht der Allgemeinheit auf Information kommt nach den Ausführungen des Bundesgerichtshofs ein hoher Stellenwert zu; dieses Recht sei aber als solches nicht schon immer dann beeinträchtigt, wenn eine bestimmte Zeitung in einem beschränkten Zeitraum nicht erscheine. Auf Zeitungsbetriebe könnten deshalb auch nicht ohne weiteres die im Arbeitskampfrecht entwickelten Grundsätze über den Streik in lebenswichtigen Betrieben angewandt werden, wonach dort die Versorgung der Bevölkerung zumindest durch die Verrichtung von Notarbeiten sichergestellt werden muß. Der Bundesgerichtshof schließt allerdings nicht aus , daß im Einzelfall eine Arbeitskampfmaßnahme nach Ausmaß, Dauer, Form oder Zielrichtung so weit gehe, daß dadurch die Einrichtung der freien Presse nicht nur in einer Randzone, sondern in ihrem Kern

---

[117]) So erledigten sich z. B. das durch Tarifvertrag vereinbarte Redaktionsstatut bei der *„Westfälischen Rundschau"* und das Redaktionsstatut der *„Neuen Ruhr Zeitung"* anläßlich der Überführung der Verlage in die „WAZ-Gruppe". Das am 1. Januar 1972 in Kraft getretene Statut von *„Konkret"* wurde durch den Konkurs dieser Zeitschrift gegenstandslos. Das bei der *„Neuen Hannoverschen Presse"* 1972 gekündigte Statut wurde nach dem Verlust der Selbständigkeit dieses Blattes bislang nicht mehr erneuert.

[118]) Gekündigt wurde das Redaktionsstatut bei der *„Hamburger Morgenpost"* aus Anlaß eines Streites um eine Personalentscheidung im Herbst 1975. Streitig ist allerdings, ob die Kündigung rechtswirksam ist. Mit Wirkung vom 1. September 1976 wurde im Rahmen der u. a. für alle *SPD-eigenen Druck- und Presseunternehmen* getroffenen Tarifvertragsvereinbarungen ein neuer Tarifvertrag über die Zusammenarbeit zwischen Verleger und Redakteuren bei der *„Hamburger Morgenpost"* vereinbart. Dieser Tarifvertrag gilt auch für das Wochenblatt *„Vorwärts"*. Arbeitnehmerseitig war allerdings am Vertragsabschluß nur die IG Druck und Papier beteiligt. Die Mitarbeit eingestellt hat die Redaktionsvertretung bei der *„Saarbrücker Zeitung"*, nachdem der Redaktionsbeirat Ende 1975 seinen Rücktritt erklärt hatte, ohne daß zwischenzeitlich ein neuer Redaktionsbeirat gewählt wurde.

[119]) Der Tarifkonflikt des Jahres 1978 hatte nach den der Bundesregierung vorliegenden Informationen folgenden Verlauf: Am 28. Februar 1978 begannen Schwerpunktstreiks der Industriegewerkschaft Druck und Papier mit der Folge, daß — zeitlich wechselnd — zwischen vier und etwa 20 Zeitungen und Zeitschriften nicht erscheinen konnten. Die Arbeitgeberseite reagierte hierauf mit — teilweise befristeten — Aussperrungen; einige Zeitungen stellten, ohne auszusperren, ihr Erscheinen aus Wettbewerbsgründen ein. In dieser Phase erschienen zeitweilig etwa 100 Zeitungen und Zeitschriften nicht. Während erneuter Verhandlungen wurden drei Verlagshäuser weiterhin (seit dem 28. Februar 1978) ununterbrochen bestreikt und seit dem 9. März 1978 waren zwei weitere Verlagshäuser unbefristet in den Schwerpunktstreik einbezogen worden. Die Arbeitgeberseite forderte nach dem Scheitern der Verhandlungen am 14. März 1978 zu einer bundesweiten Aussperrung des technischen Druckereipersonals auf. In den fünf schwerpunktmäßig bestreikten Verlagshäusern waren ca. 2 300 Arbeitnehmer beschäftigt. Von der Aussperrung wurden ca. 40 000 Arbeitnehmer in ca. 600 Betrieben betroffen (327 von ca. 350 Tageszeitungen erschienen ab 15. März 1978 nicht). Der Arbeitskonflikt wurde nach Erzielen einer tariflichen Einigung am 20. März 1978 beendet. Diese Tatsachendarstellung bedeutet keine rechtliche Wertung des Geschehens; hierüber zu entscheiden, sind allein die zuständigen Gerichte berufen.

[120]) Vgl. Urteil des BGH vom 19. Januar 1978 — II ZR 192/76 — NJW 1978, S. 990.

getroffen werden könne. Als denkbare Fälle werden — unter Hinweis auf die Literatur — genannt: wenn ein Streik darauf ziele, das Erscheinen aller Zeitungen oder auch nur derjenigen einer bestimmten Pressesparte zu verhindern, die Presse einer bestimmten politischen Richtung zu treffen oder eine bestimmte Zeitung wegen ihrer Haltung in einer konkreten Frage zu maßregeln.

3.2

Nach Auffassung der Bundesregierung ist der Arbeitskampf als Bestandteil der Tarifautonomie nach der geltenden Rechtsordnung ein legitimes Mittel der Tarifvertragsparteien, um ihre tarifpolitischen Forderungen durchzusetzen. Wie der parlamentarische Staatssekretär beim Bundesminister des Innern auf eine schriftliche Frage des Abgeordneten Spranger aus Anlaß des Tarifkonflikts 1976 erklärt hat, sind „tarifpolitische Arbeitskämpfe im Pressebereich verfassungsrechtlich legitim. Dabei muß hingenommen werden, daß die Veröffentlichung von Informationen und Meinungen beeinträchtigt wird. Das gilt grundsätzlich auch für sogenannte Schwerpunktstreiks" [121]).

Die Frage, ob und inwieweit *konkrete* Arbeitskampfmaßnahmen beider Seiten im Einzelfall nach Art, Dauer, betroffenem Personenkreis und sonstigen Auswirkungen rechtmäßig sind, unterliegt nicht der Entscheidung der Bundesregierung, sondern ist Sache der zuständigen Gerichte.

3.3

Im Zusammenhang mit dem Tarifkonflikt im Jahre 1976 hat sich der Deutsche Presserat mit Fragen befaßt, die seinerzeit eine Rolle gespielt hatten. In erster Linie ging es darum, daß zu einem Zeitpunkt, zu dem der Arbeitskampf ausgesetzt worden war, auf Druck von Arbeitnehmern hin am 4. Mai 1976 je ein beabsichtigter Kommentar in der Ausgabe der „Bild-Zeitung" (Hannover) und der „Frankfurter Neuen Presse" nicht erschienen. Ein ähnlicher Vorgang ereignete sich auch bei der „B. Z." (Berlin). Die für die Kommentare vorgesehenen Spalten blieben leer. Der Deutsche Presserat hat dies in einer Resolution vom 14. September 1976 als Eingriff in die Presse- und Informationsfreiheit verurteilt, soweit die Veröffentlichung einzelner Meinungsäußerungen bzw. Informationen durch Eingriff technischer Mitarbeiter in die Herstellung der Zeitungen verhindert wurde; er hat an alle der Meinungsfreiheit verpflichteten Kräfte appelliert, „solchen bedrohlichen Tendenzen entgegenzutreten" [122]). Er hat in diesem Zusammenhang jedoch auch mißbilligt, daß in einzelnen Publikationsorganen den Arbeitskampf betreffende Veröffentlichungen erschienen seien, die sachlich unzutreffende Behauptungen enthielten. Der Deutsche Presserat hält es auch bei Tarifkonflikten im Bereich der Presse für „selbstverständlich, daß alle Medien über die Auffassungen der beteiligten Tarifparteien fair informieren" [123]).

Die Bundesregierung teilt im Zusammenhang mit den erwähnten besonderen Vorkommnissen die Auffassung, daß jeder, der — über die rechtlich zulässigen Arbeitskampfmaßnahmen hinaus — die verfassungsmäßig gewährleistete Verbreitung von Nachrichten und Meinungen verhindert, insbesondere, wenn dies unter Verletzung strafrechtlicher Vorschriften geschehen sollte, sich in Widerspruch zum Grundrecht der Pressefreiheit und zum Grundrecht der freien Meinungsäußerung setzt.

III. Gesetzgebung im Pressebereich

Die im letzten Bericht [124]) angekündigten gesetzgeberischen Vorhaben sind mit Ausnahme des Presserechtsrahmengesetzes inzwischen verwirklicht worden.

1 Pressestatistik

Das Gesetz über eine Pressestatistik vom 1. April 1975 [125]) schafft erstmals die Möglichkeit, bei Unternehmen, die Zeitungen oder Zeitschriften verlegen, jährlich statistische Erhebungen zur Feststellung des strukturellen Wandels und der wirtschaftlichen Entwicklung der Presse als Bundesstatistik durchzuführen. Die ersten Erhebungsergebnisse, die sich auf das Geschäftsjahr 1975 beziehen, sind für diesen Bericht ausgewertet worden.

2 Fusionskontrolle für Presseunternehmen

Durch das Dritte Gesetz zur Änderung des Gesetzes gegen Wettbewerbsbeschränkungen vom 28. Juni 1976 [126]) wurde mit Rückwirkung auf den 28. Januar 1976 eine die strukturellen Besonderheiten der Presse berücksichtigende Pressefusionskontrolle im Rahmen des allgemeinen Kartellrechts eingeführt.

Die allgemeine Fusionskontrolle beginnt bei einem Gesamtumsatz der beteiligten Unternehmen von 500 Millionen DM (Aufgreifkriterium); den strukturellen Besonderheiten der Zeitungs- und Zeitschriftenpresse entsprechend gilt für die Kontrolle von Zu-

---

[121]) Vgl. Stenografischer Bericht der 245. Sitzung des Deutschen Bundestages vom 20. Mai 1976 S. 17 417.

[122]) Vgl. Der Deutsche Presserat 1976/77. In: Deutscher Presserat (Hrsg.): Jahrbuch 1978. Bonn 1978, S. 39 bis 55, hier S. 40.

[123]) Die von der Deutschen Journalisten-Union in der IG Druck und Papier in den Deutschen Presserat entsandten drei Mitglieder haben in einem Minderheits-Votum eine von der Resolution des Deutschen Presserates abweichende Meinung vertreten. In diesem Votum sehen sie in den Eingriffen in die Herstellung von einzelnen Zeitungen während des Druckerstreiks lediglich „eine Reaktion auf einseitige Berichterstattung der betreffenden Zeitungen"; vgl. Der Deutsche Presserat 1976/77, a. a. O. (Anm. 122), S. 40 f.

[124]) Medienbericht 1974, Drucksache 7/2104 S. 44 ff.

[125]) BGBl. I S. 777.

[126]) BGBl. I S. 1697.

sammenschlüssen bei Presseunternehmen nunmehr ein Umsatz von 25 Millionen DM als Aufgreifkriterium. Dies entspricht etwa einer Auflage von 70 000 bis 80 000 Exemplaren einer Tageszeitung. Diese Regelung soll einem Fortschreiten der Pressekonzentration entgegenwirken und einen funktionsfähigen Wettbewerb im Pressebereich erhalten helfen.

3 Zeugnisverweigerungsrecht der Mitarbeiter von Presse und Rundfunk; Beschlagnahme von Druckwerken

Das Gesetz über das Zeugnisverweigerungsrecht der Mitarbeiter von Presse und Rundfunk vom 25. Juli 1975 [127]) räumt den bei Presse und Rundfunk berufsmäßig tätigen Personen durch Neufassung des § 53 Abs. 1 Nr. 5 der Strafprozeßordnung (StPO) mit Wirkung vom 1. August 1975 ein auf den redaktionellen Teil von periodischen Druckwerken und Rundfunksendungen bezogenes uneingeschränktes Zeugnisverweigerungsrecht ein.

Entsprechend erweitert das Gesetz durch die Neufassung bzw. Einfügung der §§ 97 Abs. 2 Satz 3, Abs. 5; 98 Abs. 1 Satz 2, 111 m und 111 n StPO; §§ 383 Abs. 1 und 3, 385 Abs. 2, 386 Abs. 2 ZPO; § 117 Abs. 1 bis 4 AO (jetzt § 102 Abs. 1 Nr. 4 AO 1977); § 84 Abs. 1 FGO bundeseinheitlich das Verbot, bei Presse und Rundfunk Unterlagen und Druckwerke zu beschlagnahmen. Damit werden in stärkerem Maße als bisher insbesondere die Anonymität der Informationsquellen und das Redaktionsgeheimnis geschützt.

4 Strafrechtliche Vorschriften

4.1 §§ 165, 200 StGB Bekanntgabe der Verurteilung

Im Einführungsgesetz zum Strafgesetzbuch vom 2. März 1974 [128]) wird u. a. das Recht der öffentlichen Urteilsbekanntmachung bei Verurteilungen wegen falscher Anschuldigung und Beleidigung neu geordnet. Das bisherige Recht erkannte dem Verletzten lediglich eine Veröffentlichungsbefugnis zu und überließ es ihm, sich sein Recht selbst zu holen. Mit Wirkung vom 1. Januar 1975 sehen die §§ 165, 200 StGB nunmehr die Anordnung der öffentlichen Bekanntmachung der Verurteilung durch das Gericht auf Antrag des Verletzten oder des sonst zum Strafantrag Berechtigten vor.

4.2 § 184 StGB Verbreitung pornographischer Schriften

Das vierte Gesetz zur Reform des Strafrechts (4. StrRg) vom 23. November 1973 [129]) hat u. a. die Vorschrift des § 184 StGB neu gefaßt. Die Neufassung, die vor allem die Verbreitung pornographischer Schriften und Filme betrifft, schränkt angesichts des gewandelten Verhältnisses zur Sexualität die Strafbarkeit der Verbreitung pornographischer Darstellungen im Vergleich zum bisherigen Recht mit Wirkung vom 28. Januar 1975 in bestimmtem Umfang ein.

4.3 § 86 Abs. 3 StGB Verbreiten von Propagandamitteln verfassungswidriger Organisationen; hier: Ausnahme von der Strafandrohung

§ 88 a StGB Verfassungsfeindliche Befürwortung von Straftaten

§ 130 a StGB Anleitung zu Straftaten

Außerdem sind durch Artikel 1 Nr. 2 und 5 des Vierzehnten Strafrechtsänderungsgesetzes vom 22. April 1976 [130]) mit Wirkung vom 1. Mai 1976 die §§ 88 a und 130 a in das Strafgesetzbuch eingefügt worden. Danach macht sich u. a. strafbar, wer eine „Schrift" (darunter fallen auch Zeitungen und Zeitschriften) verbreitet oder zur Verbreitung herstellt, bezieht, liefert, vorrätig hält oder anbietet, welche die Befürwortung einer der in § 126 Abs. 1 Nr. 1 bis 6 genannten rechtswidrigen Taten enthält und bestimmt sowie nach den Umständen geeignet ist, die Bereitschaft anderer zu fördern, sich durch die Begehung solcher Taten für Bestrebungen gegen den Bestand oder die Sicherheit der Bundesrepublik Deutschland oder gegen Verfassungsgrundsätze einzusetzen. Dasselbe gilt für Schriften, welche die Anleitung zu einer der in § 126 Abs. 1 Nr. 1 bis 6 genannten rechtswidrigen Taten enthalten und bestimmt sowie nach den Umständen geeignet sind, die Bereitschaft anderer zu fördern, solche Taten zu begehen. Diese Vorschriften gelten nicht, wenn die Handlung der staatsbürgerlichen Aufklärung, der Abwehr verfassungswidriger Bestrebungen, der Kunst oder der Wissenschaft, der Forschung oder der Lehre, der Berichterstattung über Vorgänge des Zeitgeschehens oder der Geschichte oder ähnlichen Zwecken dient (Neufassung des § 86 Abs. 3 StGB nach Artikel 1 Nr. 1 des o. a. Gesetzes).

5 Zuschuß für die Tätigkeit des Beschwerdeausschusses des Deutschen Presserates

Auf Initiative aller drei Fraktionen hat der Deutsche Bundestag das Gesetz zur Gewährleistung der Unabhängigkeit des vom Deutschen Presserat eingesetzten Beschwerdeausschusses vom 18. August 1976 [131]) verabschiedet. Hiernach erhält der Deutsche Presserat zweckgebunden für die Tätigkeit seines Beschwerdeausschusses einen jährlichen Bundeszuschuß in Höhe von 80 000 DM [132]). Der Beschwerdeausschuß des Deutschen Presserates erfüllt insofern eine öffentliche Aufgabe, als seine Entscheidungen in ihrer Mehrzahl darauf abzielen, Verstöße gegen die vom Presserat in seiner Eigenschaft als

[127]) BGBl. I S. 1973.
[128]) BGBl. I S. 469.
[129]) BGBl. I S. 1725.
[130]) BGBl. I S. 1056.
[131]) BGBl. I S. 2215.
[132]) Drucksache 7/4889.

freiwilliges Organ der Selbstkontrolle der Presse aufgestellten publizistischen Grundsätze auszuschließen und eine faire Berichterstattung in der deutschen Presse zu sichern.

6 Gesetz über die Mitbestimmung der Arbeitnehmer (Mitbestimmungsgesetz)

Das Mitbestimmungsgesetz vom 4. Mai 1976 [133]) das in seinem § 1 Abs. 4 eine Tendenzschutzregelung enthält, trat am 1. Juli 1976 in Kraft. Die Tendenzschutzregelung gewährleistet das Grundrecht der Pressefreiheit im Verhältnis zur Mitbestimmung der Arbeitnehmer in den Unternehmensorganen.

7 Pressestiftung

Die Bundesregierung hatte im Zusammenhang mit einem Programm für wirtschaftliche Hilfsmaßnahmen zugunsten der Presse am 9. Juli 1975 vorgesehen, die Errichtung einer Pressestiftung durch Bundesgesetz vorzubereiten. Mit ihr sollte ein Beitrag zur Strukturverbesserung der Presse geleistet werden. Das Vorhaben konnte bisher nicht verwirklicht werden, insbesondere weil zwischen den Beteiligten eine Einigung über die Aufbringung des erforderlichen Stiftungskapitals nicht zu erzielen war.

[133]) BGBl. I S. 1153.

C. Rundfunk (Hörfunk und Fernsehen)

I. Organisation, rechtliche Entwicklung und Frequenzsituation

1 Aufgaben und Organisation

1.1 Zuständigkeitsverteilung zwischen Bund und Ländern — Rechtsform des Veranstalters

Die Länder sind, von den Ausnahmen aufgrund besonderer Bundeskompetenzen (Deutsche Welle und Deutschlandfunk) abgesehen, grundsätzlich für die Regelung der Veranstalter und der Veranstaltung von Rundfunkdarbietungen zuständig, während dem Bund nach Artikel 73 Nr. 7 GG (Fernmeldewesen) die Regelungen über die Errichtung und den Betrieb von Fernmeldeanlagen für Zwecke des Rundfunks zugewiesen sind.

Die Veranstaltung von Rundfunksendungen ist eine öffentliche Aufgabe [1]). Mit der Erfüllung dieser Aufgabe sind die durch Rundfunkgesetze oder -staatsverträge errichteten Rundfunk- und Fernsehanstalten des öffentlichen Rechts beauftragt.

Die Frage der Zulassung privater Rundfunkveranstalter ist seit dem Bericht 1974 zunehmend streitig erörtert worden. Auch die Rechtsprechung hatte sich mit dieser Problematik zu befassen:

— Der Versuch der privaten Freien Rundfunk-AG (FRAG) im Saarland, gerichtlich eine Hörfunkkonzession durchzusetzen, blieb bisher ohne Erfolg.

  Allerdings verpflichtete das Oberverwaltungsgericht des Saarlandes mit rechtskräftigem Urteil vom 20. Mai 1976 [2]) die Regierung des Saarlandes, über den Antrag auf Erteilung einer Konzession zur Veranstaltung von privatem Hörfunk einen Bescheid zu erteilen. Die Regierung des Saarlandes lehnte daraufhin mit Bescheid vom 26. Oktober 1976 den Antrag auf Konzessionserteilung ab. Hiergegen erhob die FRAG wiederum vor dem Verwaltungsgericht des Saarlandes in Saarlouis Klage. Das Gericht hat aufgrund der mündlichen Verhandlung vom 21. August 1978 (Az. V K 915/76) beschlossen, das Verfahren auszusetzen, um eine Entscheidung des Bundesverfassungsgerichts darüber einzuholen, ob die Bestimmungen des Landesrundfunkgesetzes über die Organisation privater Rundfunkveranstalter verfassungsmäßig sind. Bei Verfassungsmäßigkeit dieser Bestimmungen würde das Gericht dem Klagebegehren stattgeben, während es im Falle von deren Rechtsungültigkeit die Klage abweisen würde [3]).

  Das saarländische Rundfunkgesetz enthält in seiner Fassung vom 7. Juni 1967 einen seit längerer Zeit umstrittenen Privatrundfunk-Paragraphen, der — seine Verfassungsmäßigkeit vorausgesetzt — die Zulassung privater Rundfunkveranstalter ermöglicht. Bisher hat die Regierung des Saarlandes derartige Anträge abgelehnt.

— Der Bayerische Verfassungsgerichtshof entschied am 30. Juni 1977 über die Popularklage zur Feststellung der Verfassungswidrigkeit des Artikels 111 a Abs. 2 Satz 1 der Verfassung des Freistaates Bayern [4]), daß die Beschränkung auf öffentlich-rechtliche Trägerschaft beim Betrieb von Rundfunk in Artikel 111 a Abs. 2 Satz 1 der Bayerischen Verfassung rechtlich nicht zu beanstanden sei. Das Gericht hat in diesem Zusammenhang ausgeführt, es lasse sich derzeit noch nicht abschließend beurteilen, ob es nach Durchführung der erst am Beginn stehenden Versuche

[1]) BVerfGE 12, 205, 243.

[2]) Az.: IR 51/76
4 K 410/71; „Archiv für Presserecht", Nr. 4/76, S. 175 ff.

[3]) Vgl. die vom Verwaltungsgericht Saarlouis veröffentlichte Mitteilung vom 13. September 1978; abgedruckt in: „TV-Courier", Dokumentation Nr. 22-D vom 25. September 1978, S. 16.

[4]) Az.: Vf. 17 — VII — 75; Sammlung von Entscheidungen des Bayerischen Verwaltungsgerichtshofs mit Entscheidungen des Bayerischen Verfassungsgerichtshofs . . ., 30. Band 1977, 2. Heft S. 78 ff.

der Kommunikation im Kabelfernsehen [5]) möglich und verfassungsrechtlich geboten sein werde, die Veranstaltung von Rundfunk auch Privaten zu überlassen. Jedenfalls reiche eine technisch mögliche Vielfalt der Programme allein nicht aus, um den Rundfunk dem freien Spiel der Kräfte zu überlassen. Vielmehr müßten gegebenenfalls auch für nicht öffentlich-rechtliche Rundfunkveranstalter gesetzliche Vorkehrungen zur Sicherung der Selbstverwaltung, zur Gewährleistung der Ausgewogenheit der Rundfunksendungen und zur Vermeidung von Machtmißbrauch getroffen werden.

1.2 Organe — Einflußnahme gesellschaftlich relevanter Gruppen

Auch die öffentliche Diskussion darüber, ob die jeweilige Zusammensetzung der Aufsichtsorgane der Rundfunkanstalten und deren Effizienz den vom Bundesverfassungsgericht in seinem Fernsehurteil vom 28. Februar 1961 [6]) aufgestellten Grundsätzen entsprechen, hat sich erheblich, insbesondere auch unter Hinweis auf verstärkten Einfluß der politischen Parteien, intensiviert. Diese Diskussion ist insbesondere auf dem Hintergrund der programmbezogenen Funktionen der Aufsichtsgremien zu verstehen. Denn wegen des aus Artikel 5 Abs. 1 Satz 2 GG abgeleiteten Grundsatzes, daß der Rundfunk als modernes „Instrument der Meinungsbildung weder dem Staat noch *einer* gesellschaftlichen Gruppe ausgeliefert wird" [7]), haben die aus den Repräsentanten der gesellschaftlich relevanten Kräfte zusammenzusetzenden Aufsichtsorgane die Macht, die für die Programmgestaltung maßgeblichen oder mitentscheidenden Verantwortlichen „darauf zu kontrollieren und dahin zu korrigieren, daß den im Gesetz genannten Grundsätzen für eine angemessen anteilige Heranziehung aller am Rundfunk Interessierten Genüge getan wird" [8]).

Dieses Problem ist im Berichtszeitraum vor allem beim Norddeutschen Rundfunk (NDR) von verschiedenen Seiten aufgegriffen worden.

— Die Kirchen wenden sich dagegen, daß sie bei der Zusammensetzung der Aufsichtsgremien nicht entsprechend ihrer Bedeutung als gesellschaftlich relevante Gruppe berücksichtigt seien. Deswegen hat die Nordelbische Evangelisch-Lutherische Kirche sowohl im Verwaltungsrechtswege Anfechtungsklage erhoben als auch beim Bundesverfassungsgericht eine Verfassungsbeschwerde eingebracht. Die Klage ist in 1. Instanz durch das schleswig-holsteinische Verwaltungsgericht abgewiesen worden [9]); gegen dieses Urteil hat die Klägerin Berufung eingelegt. In einem am 29. August 1978 ergangenen (zum Redaktionsschluß schriftlich noch nicht vorliegenden) Urteil hat das Oberverwaltungsgericht Lüneburg allerdings der Klage stattgegeben, weil es nach Art. 5 GG und der Regelung des Rundfunkwesens in der Bundesrepublik Deutschland zwingend geboten sei, die gesellschaftlich relevanten Gruppen an der Entscheidung über die Programme der Rundfunkanstalten zu beteiligen. Die vier nach dem NDR-Staatsvertrag für diese Gruppen vorgesehenen Sitze hätten ihnen ausnahmslos zugestanden werden müssen. Die Nordelbische Kirche als gesellschaftlich relevante Gruppe sei in ihren verfassungsmäßigen Rechten verletzt worden, weil ihr keine Gelegenheit gegeben worden sei, einen Vertreter für die Wahl zum NDR-Rundfunkrat zu benennen [10]). Das Urteil ist noch nicht rechtskräftig.

  Auch über die beim Bundesverfassungsgericht eingelegte Verfassungsbeschwerde ist noch nicht entschieden.

— Parallel zu dieser Problematik besteht derzeit beim NDR eine weitere Auseinandersetzung über die Befugnisse der Aufsichtsgremien gegenüber dem für die Programmgestaltung der Rundfunkanstalt verantwortlichen Intendanten. Kernpunkt ist u. a. die Frage, ob und inwieweit der Verwaltungsrat befugt ist, dem Intendanten Weisungen zu erteilen, die sich konkret auf die Programmgestaltung beziehen [11]). Hier hat der Intendant den Verwaltungsrechtsweg beschritten. Eine Entscheidung ist noch nicht getroffen worden.

— Ferner wurde ein Rechtsstreit über die Ausübung der Rechtsaufsicht über den NDR durch die Vertragsländer geführt. Das Bundesverwaltungsgericht hat die Klage des Landes Schleswig-Holstein gegen die Freie und Hansestadt Hamburg auf Mitwirkung an Rechtsaufsichtsmaßnahmen gegenüber dem Verwaltungsrat und dem Intendanten des NDR abgewiesen [12]). Es hat zwar grundsätzlich zur Frage der Beteiligung an einer Rechtsaufsichtsmaßnahme entschieden, daß, wenn mehreren Ländern gemeinsam die Aufsicht über eine Rundfunkanstalt zustehe, ein Land das Mitwirken eines anderen Landes zumindest dann beanspruchen könne, wenn die Ablehnung des ablehnenden Landes fehlerhaft und jede andere Entscheidung als die Zustimmung zu der beabsichtigten Aufsichtsmaßnahme ermessenswidrig wäre [13]). Das Gericht hat im vorliegenden Falle jedoch eine Rechtsaufsichtsmaßnahme nicht für

---

[5]) Anmerkung: Kabelfernsehen ist ein wesentlicher Teil der Pilotprojekte zur Erprobung der Breitbandkommunikation.

[6]) BVerfGE 12, 205

[7]) BVerfGE 12, 205, 262

[8]) ebenda

[9]) Urteil vom 10. September 1976 — 2 A 122/76 —.

[10]) „epd/Kirche und Rundfunk", Jg. 1978/Nr. 67 (2. September 1978), S. 5 f.

[11]) Der Verwaltungsrat des NDR hat im April 1976 jeweils durch Beschluß festgestellt, daß die Sendereihe „Der Betriebsrat" den NDR-Staatsvertrag verletze, indem sie einseitig einer Interessengemeinschaft diene, und daß die Behandlung des Themas Brokdorf im NDR in einer den Gesamteindruck prägenden Zahl von Beiträgen gegen den NDR-Staatsvertrag verstoße. Der Intendant wurde angewiesen, die Reihe „Der Betriebsrat" nicht mehr auszustrahlen und sicherzustellen, daß bei der künftigen Behandlung des Themas Kernenergie § 4 des NDR-Staatsvertrags beachtet werde.

[12]) Urteil vom 6. Mai 1977 — VII A 3.75; siehe auch JZ 1978, S. 141 ff.

[13]) ebenda, Leitsatz Nr. 2

gerechtfertigt erklärt, weil die beanstandeten Maßnahmen des Intendanten und des Verwaltungsrates des NDR den Staatsvertrag nicht verletzen. Zur Begründung hat es in Ergänzung zur gesetzlichen Vorschrift über die erforderliche Zahl der anwesenden Mitglieder des Verwaltungsrates [14]) klargestellt, daß der Verwaltungsrat auch beschlußfähig bleibt, wenn eine Minderheit die Beschlußunfähigkeit dieses Gremiums *pflichtwidrig* herbeigeführt hat (sog. Hilfsbeschlußfähigkeit).

— Schließlich hat das Bundesverfassungsgericht aufgrund mehrerer Verfassungsbeschwerden kommunistischer Parteien durch Beschluß vom 14. Februar 1978 [15]) entschieden, unter welchen Voraussetzungen Rundfunk- und Fernsehanstalten die Ausstrahlung von Wahlspots wegen ihres Inhalts verweigern können. Die Anstalten sind befugt, die Ausstrahlung von Wahlwerbespots politischer Parteien davon abhängig zu machen, daß die Sendezeit nur zum Zwecke der Wahlwerbung und in rechtlich zulässiger Form genutzt wird. Rechtlich unzulässig wäre insbesondere eine Wahlwerbung, die gegen allgemeine Normen des Strafrechts verstößt. Allerdings soll eine Zurückweisung solcher Wahlspots nur dann erfolgen, wenn der Verstoß gegen die allgemeinen Strafgesetze evident ist und nicht leicht wiegt. Das Gericht weist zugleich darauf hin, daß die Pflicht des Intendanten zu großzügiger Handhabung des ihm zustehenden Prüfungsrechts jedoch eine spätere rechtliche Würdigung der Sachverhalte durch die Strafgerichte unberührt läßt; der Strafrichter braucht bei der Prüfung der Frage, ob die Form der Darstellung des Selbstverständnisses der Parteien und ihrer politischen Ziel- und Grundvorstellungen in den strafrechtlichen Bereich hineinragt, nicht dieselbe Zurückhaltung zu üben. Wegen des in Artikel 21 Abs. 2 GG statuierten Parteienprivilegs dürfe die Ausstrahlung von Wahlspots aber einer politischen Partei nicht lediglich deshalb verweigert werden, weil diese Wahlsendungen verfassungsfeindliche Äußerungen enthielten.

2 Personalvertretung, Beteiligungsrechte

In der Berichtszeit wurden zwar die Personalvertretungsgesetze in einigen Ländern novelliert (Baden-Württemberg, Bayern, Berlin und Nordrhein-Westfalen), substantielle Änderungen gegenüber den bisherigen Mitwirkungsrechten der Personalvertretungen sind jedoch nicht zu verzeichnen.

Die Diskussion über besondere Formen der Beteiligung der Redakteure bei der Programmgestaltung in den Rundfunkanstalten dauerte während des Berichtszeitraumes an. Sie ist geprägt von dem Bestreben, dieses rundfunkspezifische Beteiligungsrecht neben der in den Personalvertretungsgesetzen geregelten betrieblichen Mitbestimmung durch Redakteurstatute zu institutionalisieren. Diese Redakteurstatute werden in der Regel von Zusammenschlüssen der Mitarbeiter des Programmbereiches (Redakteurausschüsse) beschlossen, zumindest mit ihnen beraten und vom Intendanten durch Erlaß [16]) oder auch im Wege einer Vereinbarung in Kraft gesetzt.

Für den Bayerischen Rundfunk, den Sender Freies Berlin, den Südwestfunk, den Westdeutschen Rundfunk, den Deutschlandfunk und das Zweite Deutsche Fernsehen gelten im übrigen die bisherigen innerbetrieblichen Regelungen weiter, teils mit geringen Änderungen. Beim Saarländischen Rundfunk besteht aufgrund gesetzlicher Vorschrift [17]) ein Ausschuß für Angelegenheiten der Programm-Mitarbeiter; ihm gehören der Vorsitzende und zwei weitere Mitglieder des Personalrats sowie je zwei vom Personalrat zu wählende festangestellte und ständige freie Programm-Mitarbeiter an.

Im Bericht 1974 wurde im Unterabschnitt „Aufsichtsorgane" darüber berichtet, daß nach einer Novelle des Bremischen Rundfunkgesetzes vom 21. September 1971 dem Verwaltungsrat von Radio Bremen der Vorsitzende des Personalrats sowie ein von den Arbeitnehmern der Anstalt zu wählendes Mitglied angehört. Ähnliche Regelungen bestehen beim Hessischen Rundfunk und beim Saarländischen Rundfunk: Aufgrund der §§ 67 und 90 des Hessischen Personalvertretungsgesetzes in der Fassung vom 19. Februar 1970 [18]) sind auch beim Hessischen Rundfunk zwei Mitglieder des Personalrats auf dessen Vorschlag mit beratender Stimme in den Verwaltungsrat aufgenommen worden [19]). Nach § 112 Abs. 1 des

---

[14]) § 15 Abs. 3 Satz 1 Staatsvertrag über den Norddeutschen Rundfunk (NDR), veröffentlicht mit den Zustimmungsgesetzen der vertragschließenden Länder. Niedersachsen: Gesetz vom 19. April 1955 (Nieders. GVBl. S. 167). *Hierzu Anmerkung:* Inzwischen hat die Schleswig-Holsteinische Landesregierung am 8. Juni 1978 durch gleichlautende Schreiben an die Länder Hamburg und Niedersachsen den Staatsvertrag über den NDR vom 16. Februar 1955 mit Wirkung vom 31. Dezember 1980 fristgerecht gekündigt. Der Ministerpräsident des Landes Schleswig-Holstein hat in einer Presseerklärung vom selben Tag auf die in der Regierungserklärung vom 14. Juli 1977 genannten Gründe hingewiesen.

[15]) Beschluß des Zweiten Senats — 2 BvR 523/75, 958,76 und 977/76 —, BVerfGE 47, 198; NJW 1978, S. 1043 m. Anm. Tettinger.

[16]) So das Statut für die Programm-Mitarbeiter des Norddeutschen Rundfunks vom 31. Oktober 1972, in Kraft ab 15. Juni 1973; neuerdings auch das Statut der Fachgruppe Redakteure beim Hessischen Rundfunk vom 25. November 1977, in Kraft ab 1. Januar 1978 und die Programm-Grundsätze für den Süddeutschen Rundfunk, in Kraft ab 1. Januar 1978.

[17]) § 112 Abs. 3 Personalvertretungsgesetz für das Saarland (SPersVG) vom 9. Mai 1973; Amtsbl. S. 289, ber. S. 582.

[18]) GVBl. I S. 161

[19]) Gemäß Artikel 1 Nr. 56 und Artikel 5 Nr. 1 des Sechsten Gesetzes zur Änderung des Hessischen Personalvertretungsgesetzes vom 12. Juli 1978 (GVBl. I S. 451) beträgt ab 1. Januar 1980 die Zahl der Vertreter der Beschäftigten ein Drittel der Mitgliederzahl, die für den Verwaltungsrat vorgesehen ist. Die Vertreter der Beschäftigten im Verwaltungsrat haben die gleichen Rechte und Pflichten wie die sonstigen Mitglieder.

Personalvertretungsgesetzes für das Saarland (SPersVG) [20]) hat der Personalratsvorsitzende das Recht, an den Sitzungen des Verwaltungsrates und, gemeinsam mit einem weiteren vom Personalrat zu bestimmenden Mitglied, an den Sitzungen des Rundfunkrates jeweils mit beratender Stimme teilzunehmen. Zwischenzeitlich wurde für den Sender Freies Berlin eine entsprechende Regelung getroffen. Nach § 9 Abs. 3 der Satzung der Rundfunkanstalt „Sender Freies Berlin" in der Fassung vom 5. Dezember 1974 [21]) besteht der Verwaltungsrat nunmehr u. a. aus zwei vom Personalrat gewählten und vom Rundfunkrat bestätigten Mitgliedern; diese nehmen nach § 6 Abs. 8 der Satzung mit beratender Stimme an den Sitzungen des Rundfunkrates teil.

Im übrigen wird ähnlich auch bei anderen Rundfunkanstalten aufgrund Beschlusses des jeweiligen Verwaltungsrats verfahren.

3 Frequenzsituation und neue Rundfunktechniken

3.1 Frequenzsituation

Der Bundesrepublik Deutschland steht für Rundfunk und Fernmeldedienste unterschiedlicher Art nur eine vergleichsweise geringe Zahl an Funkfrequenzen zur Verfügung, so daß für den Rundfunk weitere Nutzungsmöglichkeiten nur von einer Neuverteilung der Frequenzen im internationalen Bereich zu erwarten waren. Im Oktober/November 1975 fand in Genf die zweite Sitzungsperiode der internationalen Rundfunkkonferenz zur Neuverteilung der Frequenzen in den Lang- und Mittelwellenbereichen in Europa, Afrika, Asien, Australien und Ozeanien (Regionen 1 und 3) statt. In der Rundfunkgeschichte war es die erste Konferenz dieser Art, die auf so breiter Basis abgehalten wurde. Sie stand vor großen Problemen, weil die Voraussetzungen und Erwartungen in den einzelnen Ländern für die Neuverteilung zu unterschiedlich waren. Um diese Schwierigkeiten zu bewältigen, hatte man die Konferenz in zwei Sitzungsperioden aufgeteilt. In der ersten Konferenzrunde im Oktober 1974 wurden die technischen Grundlagen und Planungskriterien festgelegt. Die Aufgabe der zweiten Sitzungsperiode bestand darin, die von den Ländern dieser Regionen vorgelegten Frequenzanforderungen für etwa 10 000 Sender zu koordinieren und das dazugehörige Abkommen, das die zur Zeit gültigen Verträge (Kopenhagen 1948 und Genf 1966) ersetzen soll, zu erarbeiten. Diese Aufgabe ist mit der Fertigstellung und Unterzeichnung des Genfer Planes in den Lang- und Mittelwellenrundfunkbereichen am 22. November 1975 erfüllt worden. Für die Bundesrepublik Deutschland stellt der Genfer Plan 1975 gegenüber dem Kopenhagener Plan von 1948 eine wesentliche Verbesserung dar. Die Zuteilung umfaßt mehr Sender als damals. Die Anzahl der Frequenzen wird sich jedoch infolge einer rationelleren Nutzung des verfügbaren Frequenzspektrums und der Aufgabe von vorwiegend gestörten Frequenzen gegenüber dem Status quo etwas verringern. Die Zuteilungen sind Bestandteil eines internationalen Planes und damit geschützt. Für die überwiegende Anzahl der Sender der Landesrundfunkanstalten werden sich keine wesentlichen Veränderungen in den Versorgungseigenschaften ergeben. Einigen Verbesserungen in der Tagesversorgung stehen gewisse Einschränkungen der Fernversorgung während der Nacht gegenüber.

Für den DLF konnte im Verlauf der Konferenz eine neue Netzkonzeption verwirklicht werden, die im Südosten des Bundesgebietes und im Ruhrgebiet eine Verbesserung der Versorgung bringen wird. Die Fernversorgung mit dem DLF-Programm wird sich in den westlichen und östlichen Nachbarländern verbessern. Die Einführung des Genfer Planes am 23. November 1978 wird sowohl bei den Landesrundfunkanstalten als auch bei der Deutschen Bundespost für die von ihr betriebenen Sender für Zwecke des DLF planmäßig vorbereitet.

Im UKW-Bereich sind im Berichtszeitraum keine wesentlichen Veränderungen eingetreten. Hier gilt aufgrund internationaler Übereinkommen, daß Frequenzzuteilungen nur zulässig sind, wenn alle im Einzelfall betroffenen Nachbarländer zustimmen.

Die Fernsehversorgung der Bundesrepublik Deutschland hat einen in Europa einmaligen Stand erreicht. Die verfügbaren Frequenzen werden voll genutzt. Das Netz der Fernsehsender besteht aus 240 Anlagen großer Leistung und fast 5 000 Füllsendern kleiner Leistung. Damit werden 96,7 % der Bevölkerung mit dem 1. Programm, 96,5 % mit dem 2. Programm und 94,2 % mit dem 3. Programm versorgt. Inwieweit es gelingen wird, diese im internationalen Vergleich gute Versorgungssituation noch weiter zu verbessern, läßt sich derzeit nicht abschließend beantworten. Es ist jedoch abzusehen, daß einer hundertprozentigen drahtlosen Versorgung der Bundesrepublik Deutschland kaum lösbare finanzielle und frequenztechnische Probleme entgegenstehen dürften. Einen besonderen Aspekt stellt in diesem Zusammenhang die Wiederherstellung der Rundfunkversorgung in Abschattungsgebieten von Hochhäusern dar, da die Zahl der hiervon Betroffenen bereits in der Größenordnung der Zahl der Bewohner liegt, die in aus topographischen Gründen unversorgten Gebieten liegen. Die mit der Hochhausabschattung zusammenhängenden Rechtsprobleme sowie Lösungsvorschläge werden derzeit auf Länderebene diskutiert.

Inzwischen zeichnen sich, wie nachstehend erörtert wird, weitere Möglichkeiten für die Versorgung der Bevölkerung mit Rundfunkprogrammen ab.

3.2 Nutzung des 12 GHz-Bereichs für Satellitenrundfunk

Die Verwendung von Satelliten zur Abstrahlung von Rundfunkprogrammen hat in den vergangenen Jahren ein immer stärkeres Interesse in nationalen und internationalen Fachkreisen gefunden. Ein entscheidender Schritt vorwärts wurde auf der weltweiten Verwaltungskonferenz für den Weltraumfunk (Genf 1971) getan, als dem Satellitenrundfunk der 12 GHz-Frequenzbereich zugewiesen wurde. Der Vorteil liegt darin, daß wegen der Kürze der Wellen dieses

[20]) vgl. Anm. 17
[21]) GVBl. 1975 S. 146

Frequenzbereiches für den Empfang von Satellitensendungen Antennen mit einem Durchmesser von weniger als 1 m verwendet werden können.

Auf der 12 GHz-Planungskonferenz der Internationalen Fernmeldeunion (WARC 1977, Genf) wurden im Frühjahr 1977 koordinierte Orbitpositionen und geeignete Frequenzen für die interessierten Länder festgelegt, die eine optimale Nutzung des 12 GHz-Frequenzbereiches im Satellitenrundfunk gewährleisten sollen. Gleichzeitig wurde eine Reihe wichtiger technischer Planungsparameter festgelegt. Die Konferenz hat auf internationaler Ebene die verwaltungsmäßigen Voraussetzungen für den Betrieb von Rundfunksatelliten geschaffen. Bevor es jedoch zu einer Realisierung von Rundfunksatelliten kommen kann, muß noch eine Vielzahl von Problemen gelöst werden [22]).

Der für die Versorgung des Bundesgebietes in Frage kommende Satellit soll auf dem 19. Längengrad (West) in ca. 36 000 km Höhe über dem Äquator seine Position haben. Er soll bis zu 5 Fernsehprogramme ausstrahlen. Die Satellitenposition wurde dabei so gewählt, daß ein Fernsehempfang bis nach Mitternacht möglich ist. Von jedem der 5 Kanäle wird auf der Erdoberfläche ein ellipsenförmiges Gebiet bestrahlt, das neben dem Bundesgebiet einschließlich Berlin (West) unvermeidlicherweise auch weite Teile der Nachbarstaaten umfaßt.

Aufgrund der Eigenart des Satellitenrundfunks ergibt sich, daß die Versorgungsellipsen der Satelliten jeweils die eigenen Grenzen überschreiten. Die Satelliten der Länder Belgien, Frankreich, Holland, Italien, Luxemburg, Österreich, der Schweiz und der Bundesrepublik Deutschland haben die gleichen Orbitpositionen. Damit wird es in einigen Teilen des Bundesgebietes möglich sein, neben den nationalen deutschen Fernsehprogrammen auch die Programme anderer Länder mit derselben Antenne zu empfangen, sofern die von den Satelliten dieser Länder benutzten Frequenzen hier nicht für terrestrische Zwecke vergeben werden müssen. Der für die Versorgung der DDR vorgesehene Satellit hat gemeinsam mit den Satelliten der Länder Bulgarien, Polen, Rumänien, der Tschechoslowakei und Ungarn eine Orbitposition, die von der des Satelliten der Bundesrepublik Deutschland abweicht. Da der Empfang von Sendungen aus unterschiedlichen Orbitpositionen unterschiedliche Antenneneinstellungen erfordert, können Sendungen aus anderen Orbitpositionen als der eigenen nur mit einer zweiten (oder drehbaren) Antenne empfangen werden.

Die Kosten für einen betriebsfähigen 12 GHz-Rundfunksatelliten dürften zwischen ca. 0,25 und 0,5 Mrd. DM liegen. Dies ist aber nur ein Bruchteil der Kosten des Gesamtsystems. Der Hauptteil müßte von den Teilnehmern an einem künftigen Satellitenrundfunk aufgebracht werden, die besondere Parabolantennen und Zusatzgeräte benötigen. Nach den derzeitigen Schätzungen liegen die Kosten dafür pro Empfangsstelle zwischen 1 000 und 3 000 DM. Hierzu kommen die Betriebskosten für den Satelliten und ggf. die Kosten für die Produktion zusätzlicher Fernsehprogramme.

Zwar sind in Europa gut ausgebaute Fernsehnetze vorhanden, doch ist es sinnvoll, sich mit der Frage auseinanderzusetzen, ob und wenn ja welche Rolle der Fernsehempfang über Satellit für die Rundfunkversorgung der Zukunft spielen könnte. Im übrigen wird in finanzkräftigen außereuropäischen Ländern ohne ausgebaute terrestrische Fernsehversorgung oder von ausländischen kommerziellen Sendern ein baldiger Einsatz von Rundfunksatelliten angestrebt.

3.3 Nutzung des 12 GHz-Bereichs für terrestrischen Rundfunk

Theoretische und praktische Untersuchungen der Deutschen Bundespost haben gezeigt, daß der Frequenzbereich 11,7 bis 12,5 GHz grundsätzlich für eine (terrestrische) Rundfunknutzung geeignet ist. Nutzungsmöglichkeiten ergeben sich insbesondere im lokal begrenzten Raum. Der mit einem Sender erreichbare Versorgungsradius beträgt mit einer 100 Meter hohen Antenne 15 bis 30 km. Allerdings treten starke Abschattungseffekte auf, da ein einwandfreier Empfang nur bei Sichtverbindung möglich ist. Dies führt dazu, daß unterschiedlich hoch bebaute Gebiete von mehreren Senderstandorten aus versorgt werden müssen.

Für die Nutzung dieses Bereichs durch terrestrischen Rundfunk ergeben sich aus der gleichzeitigen Zuweisung an den Rundfunkdienst über Satelliten zwangsläufig Einschränkungen.

Die verbleibenden Frequenzen würden jedoch evtl. noch einen Einsatz zur Versorgung einzelner Ballungsgebiete mit weiteren Rundfunkprogrammen oder zur drahtlosen Programmzuführung zu Gemeinschaftsantennenanlagen ermöglichen. Konkrete Aussagen sind allerdings noch nicht möglich. Hierzu ist eine weitere Auswertung der Planungsunterlagen erforderlich.

3.4 Kabelrundfunk

Neben der drahtlosen gewinnt die drahtgebundene Versorgung mit Rundfunkprogrammen immer größere Bedeutung. Einen ersten Anstoß gab die zunehmende Verbreitung der Gemeinschaftsantennenanlagen, die sich zum einen vielfach als wirtschaftlichste Form der Rundfunkversorgung erwiesen haben und zum anderen städtebaulichen Vorstellungen entgegenkommen bzw. zur Wiederherstellung der Fernsehversorgung in Abschattungsgebieten (Hochhäuser) notwendig wurden. Über die inzwischen in großer Zahl installierten Großgemeinschaftsantennenanlagen könnten nicht nur vorhandene Rundfunkprogramme weiterverteilt, sondern nach entsprechender technischer Umrüstung und Erweiterung auch eigene neue Programme eingespeist werden (Kabelrundfunk).

Als Kabelrundfunk wird daher heute allgemein die Verteilung von Rundfunkprogrammen (Fernsehen

[22]) Zu Einzelfragen vgl. Drucksache 8/2022: Antwort der Bundesregierung auf die Kleine Anfrage der Abgeordneten Dr. Klein (Göttingen), Dr. Schwarz-Schilling u. a. vom 1. August 1978.

und Hörfunk) über Kabelsysteme definiert, in denen neben den ortsüblich empfangbaren Programmen zusätzlich normalerweise nicht empfangbare oder direkt eingespeiste Programme übertragen werden. Die Anzahl der verfügbaren Kanäle hängt dabei von der technischen Auslegung der Kabelnetze sowie der Empfangsgeräte ab. 30 Kanäle werden von der KtK empfohlen. Nach der Konzeption der Deutschen Bundespost können in Verteilrichtung — vorbehaltlich der Leistungsfähigkeit der Gemeinschaftsantennenanlagen und der Empfänger — derzeit bis zu 12 Fernsehkanäle angeboten werden [23]).

Bisher finden sich Großgemeinschaftsantennenanlagen meist in engbegrenzten Stadtteilen. Ihr Ausbau zu lokalen Netzen und deren Verknüpfung zu regionalen und bundesweiten Kabelrundfunknetzen — öffentliches Kabelfernsehnetz — ist heute technisch möglich. Die Deutsche Bundespost sieht für die Verbindung zwischen den oberen Netzstufen eines solchen bundesweiten Verbundnetzsystems grundsätzlich keine wesentlichen Probleme, da die im Fernsehleitungsnetz übliche und bewährte Richtfunktechnik hierfür eingesetzt werden könnte. Da vorgesehen ist, die bisherigen Gemeinschaftsantennenanlagen in ein öffentliches Kabelfernnetz zu integrieren, muß dafür gesorgt werden, daß Schnittstellenbedingungen, Übertragungsparameter usw. definiert sind.

Zur Zeit werden über die vorhandenen Kabelanlagen in der Bundesrepublik nur am jeweiligen Ort auch mit sonstigen Antennen empfangbare Programme weiterverteilt. Eigene (lokal erzeugte) Programme werden noch nicht angeboten.

Die Entscheidungen darüber, ob über Kabel zusätzliche Hörfunk- und Fernsehprogramme angeboten werden, liegen nach der Kompetenzverteilung des Grundgesetzes bei den Bundesländern [24]).

II. Wirtschaftliche Entwicklung

1 Rundfunkgebühren

Die Ministerpräsidenten der Länder haben vor dem Hintergrund der Darlegungen der Rundfunk- und Fernsehanstalten, wonach ohne eine beträchtliche Anhebung der Einnahmen die Qualität der Programme und der Umfang des Programmangebots nicht zu halten seien, am 20. Februar 1975 die Einsetzung einer Kommission zur Ermittlung des Finanzbedarfs der Rundfunkanstalten (KEF) beschlossen. Sie besteht aus je einem Vertreter der Staatskanzleien der Länder Baden-Württemberg, Niedersachsen, Nordrhein-Westfalen und Schleswig-Holstein, aus je einem Vertreter der Rechnungshöfe der Länder Bayern, Berlin, Hamburg und Rheinland-Pfalz, aus vier von den Ländern und den Rundfunkanstalten unabhängigen sachverständigen Persönlichkeiten (Sachverständige) sowie aus dem Chef der Staatskanzlei des Vorsitzenden der Rundfunkkommission (Vorsitz ohne Stimmrecht). Die Kommission erhielt den Auftrag, den Finanzbedarf der Rundfunkanstalten zu ermitteln und den Ministerpräsidenten alle zwei Jahre einen Tätigkeitsbericht zu erstatten.

Zum Ausgleich des notwendigen Finanzbedarfs der Rundfunkanstalten hat die Kommission in ihrem Ersten Bericht am 23. Juni 1977 vorgeschlagen, die Rundfunkgebühr von derzeit 10,50 DM ab 1. Juli 1979 um insgesamt 2,50 DM auf 13,00 DM zu erhöhen, wobei 1,00 DM auf die Grundgebühr (Hörfunkgebühr) und 1,50 DM auf die Fernsehgebühr entfallen sollen.

Die Rundfunkanstalten der ARD sowie das ZDF haben in ihren Stellungnahmen zum Ausdruck gebracht, sie hielten die von der KEF vorgeschlagene Gebührenerhöhung nicht für ausreichend, um ein qualitativ hochwertiges Programmangebot auf längere Frist finanziell abzusichern. Die Rundfunkanstalten der ARD erhoben weiter die grundsätzliche Einwendung, sie würden von der KEF, obwohl sie rechtlich völlig selbständig seien, in einem Finanzverbund gesehen.

Die Ministerpräsidenten sind im Staatsvertrag vom 17. März 1978 mit der vorgeschlagenen Anhebung der Rundfunkgebühr um insgesamt 2,50 DM monatlich den Empfehlungen der Kommission gefolgt. Nach ihrer Auffassung ist der Kommissionsbericht eine geeignete Grundlage für die Anhebung der Rundfunkgebühr. Allerdings haben sie das Aufteilungsverhältnis zugunsten der Fernsehgebühr um 0,20 DM verändert. Im Hinblick auf die unterschiedliche Finanzausstattung der einzelnen Rundfunkanstalten und den von den Rundfunkanstalten geltend gemachten Programmehrbedarf haben die Ministerpräsidenten die Laufzeit der Gebührenanpassung um ein halbes Jahr auf den 1. Januar 1979 vorverlegt. Der Staatsvertrag ist erstmals zum 31. Dezember 1982 kündbar.

Anläßlich der Unterzeichnung des Staatsvertrages am 17. März 1978 gaben die Ministerpräsidenten folgende Erklärung ab:

„I. 1. Für den Fall, daß die Kommission zur Ermittlung des Finanzbedarfs der Rundfunkanstalten in ihrem im Jahre 1979 zu erstattenden Zweiten Bericht über die Finanzlage der Rundfunkanstalten eine nachhaltige Veränderung der Finanzsituation der Rundfunkanstalten feststellt, gehen die Ministerpräsidenten übereinstimmend davon aus, daß die vorgesehene Laufzeit des Staatsvertrages über die Höhe der Rundfunkgebühr überprüft wird. Die Ministerpräsidenten erwarten in diesem Zusammenhang, daß die Rundfunkanstalten alle Möglichkeiten einer sparsamen und wirtschaftlichen Haushaltsführung ausschöpfen.

---

[23]) Vgl. Bundesministerium für das Post- und Fernmeldewesen (Hrsg.): Vorstellungen der Bundesregierung zum Ausbau des technischen Kommunikationssystems. Bonn, 14. Juli 1976, Ziffer 3.4.

[24]) Zum Stand der Pilotprojektplanung der Länder siehe D.I.2.

2. Die Kommission zur Ermittlung des Finanzbedarfs der Rundfunkanstalten wird beauftragt, die Möglichkeiten

   a) für eine Vereinheitlichung des Rundfunkhaushaltsrechts,

   b) für eine Tarifgemeinschaft der Rundfunkanstalten

   zu prüfen und gegebenenfalls entsprechende Vorschläge zu erarbeiten.

II. 1. Die Ministerpräsidenten nehmen davon Kenntnis, daß die Intendanten der Rundfunkanstalten in ihrer Verwaltungsvereinbarung „Finanzausgleich der Rundfunkanstalten" beschlossen haben, eine Arbeitsgruppe einzusetzen, die zur Vorbereitung einer Neuregelung des Finanzausgleichs ab 1981 allgemeine anerkannte Kriterien auch unter Berücksichtigung der Vermögenslage der Anstalten erarbeiten soll.

   Sie streben eine Neufassung des Staatsvertrags über einen Finanzausgleich der Rundfunkanstalten an, sobald diese Kriterien vorliegen. Sie gehen davon aus, daß dies bis 1980 der Fall ist.

2. Sie nehmen davon Kenntnis, daß die Rundfunkanstalten übergangsweise für die Jahre 1979 und 1980 eine Verwaltungsvereinbarung über einen Finanzausgleich abgeschlossen haben."

Mit diesen Beschlüssen haben die Ministerpräsidenten zum Ausdruck gebracht, daß sie die Verwaltungsvereinbarung „Finanzausgleich der Rundfunkanstalten" nebst Zusatzvereinbarung vom 2. Februar 1978 lediglich als eine zweijährige Übergangslösung ansehen, die es nicht zweckmäßig erscheinen läßt, sie zum Gegenstand eines neuen Staatsvertrages über einen Finanzausgleich der Rundfunkanstalten zu machen [25]).

Die Gebührenanhebung bedarf zu ihrem Wirksamwerden der Ratifizierung durch die Länderparlamente. Dieser Vorgang ist inzwischen weitgehend abgeschlossen, zumal laut einer Pressenotiz vom 9. September 1978 jetzt auch der Hauptausschuß des nordrhein-westfälischen Landtags die Erhöhung der Rundfunkgebühr mehrheitlich gebilligt hat.

Der Deutschlandfunk (DLF) wird nach Artikel 3 Abs. 2 des Staatsvertrages der Länder über einen Finanzausgleich zwischen den Rundfunkanstalten vom 20. September 1973 [26]) aus dem Hörfunkgebührenaufkommen mitfinanziert. Dieser Finanzierungsanteil beträgt z. Z. 33,5 Millionen DM; er wird mit Inkrafttreten der Gebührenerhöhung am 1. Januar 1979 gemäß einem Beschluß der Ministerpräsidenten vom 5. Juli 1973, „daß der Beitrag der Rundfunkanstalten (der Länder) zur Finanzierung des DLF im gleichen Verhältnis erhöht wird wie die Hörfunkgebühr", entsprechend der Anhebung der Hörfunkgebühr um 8,2 Millionen DM auf 41,7 Millionen DM ansteigen.

Insgesamt haben sich Hörfunk- und Fernsehgebühr seit 1971 wie in Tabelle C 1 dargestellt entwickelt. Der Staatsvertrag über die Regelung des Rundfunkgebührenwesens (Rundfunkgebührenstaatsvertrag) der Länder in der Fassung vom 5. Dezember 1974 [27]) hat die Voraussetzungen eingeengt, unter denen Rundfunkteilnehmer von den Rundfunkgebühren befreit werden können: Am 1. Januar 1978 waren 6,99 % der anmeldepflichtigen Hörfunkgeräte und

[25]) Drucksache 8/3220 des Landtags Nordrhein-Westfalen vom 28. April 1978.

[26]) GuVOBL. für das Land Nordrhein-Westfalen 1973, S. 558.

[27]) GuVOBL. für das Land Nordrhein-Westfalen 1975, S. 278.

Tabelle C 1

Jahr	Hörfunkgebühr in DM	Veränderung in %	Fernsehgebühr in DM	Veränderung in %	Spalte 2 + 4 zusammen in DM
1	2	3	4	5	
1971	unverändert 2,50	—	unverändert 6,00	—	8,50
1972	unverändert 2,50	—	unverändert 6,00	—	8,50
1973	unverändert 2,50	—	unverändert 6,00	—	8,50
1974	Erhöhung auf 3,00	+20	Erhöhung auf 7,50	+25	10,50
1975	unverändert 3,00	—	unverändert 7,50	—	10,50
1976	unverändert 3,00	—	unverändert 7,50	—	10,50
1977	unverändert 3,00	—	unverändert 7,50	—	10,50
1978	unverändert 3,00	—	unverändert 7,50	—	10,50
1979	Erhöhung auf 3,80	+26,67	Erhöhung auf 9,20	+22,67	13,00

6,25 % der anmeldepflichtigen Fernsehgeräte von der Gebühr (voll) befreit. Demgegenüber betrug am 1. Januar 1975 der Anteil der Befreiungen im Hörfunk 7,24 % und im Fernsehen 7,21 %.

2 Aufwand- und Ertragsentwicklung

Zur Nachzeichnung von *Grundlinien der jüngeren Aufwands- und Ertragsentwicklung* [28]) bei den Landesrundfunkanstalten und beim ZDF wurden im folgenden Periodenvergleiche benutzt, die sich meist über den Zeitraum der Jahre 1973 bis 1977 erstrekken.

Die Rundfunkanstalten des Bundesrechts Deutsche Welle (DW) und Deutschlandfunk (DLF) sind erstmals in diesem Zusammenhang miterörtert worden. Bei ihnen sind in der Entwicklung der Einnahmen sowie des Aufwands keine grundsätzlich anderen Trends als bei den Landesrundfunkanstalten und dem ZDF festzustellen (vgl. Tabellen C 2 bis C 6, C 8).

Die viele Jahre hindurch die Ertragsentwicklung prägende Erhöhung der Rundfunkteilnehmerzahl hat sich seit Ende der sechziger Jahre auch im Fernsehen stark abgeschwächt (vgl. Tabellen C 3, C 4 und C 9). Für die vier Jahre vom 1. Januar 1977 bis 1. Januar 1981 rechnet die KEF damit, daß sich die Zahl der die volle Gebühr entrichtenden Rundfunkteilnehmer im Fernsehen um insgesamt 5,6 % und im Hörfunk um insgesamt 2,2 % erhöhen wird [29]); die entsprechenden mittleren Jahreszuwachsraten dieser Bereiche liegen also unter 1,4 % bzw. 0,6 %. Auch künftig müssen daher in steigendem Maße Erhöhungen der betrieblichen Aufwendungen durch Anhebung der Teilnehmergebühren bzw. der Werbeeinnahmen aufgefangen werden.

Wie aus den Tabellen C 2 bis C 6 ersichtlich, sind im Vergleichszeitraum 1977 : 1973 die betrieblichen Erträge der Landesrundfunkanstalten insgesamt um 9,0 Prozentpunkte und die des ZDF um 6,9 Prozentpunkte stärker gewachsen als die betrieblichen Aufwendungen. An der daraus resultierenden Verbesserung der Betriebsergebnisse hat *auf der Ertragsseite* die zum 1. Januar 1974 wirksam gewordene Anhebung der Rundfunkgebühren [30]) den größten Anteil. Noch stärker wirkt sich — bei einer Gesamtbetrachtung — die Abschwächung der Zuwachsrate der betrieblichen *Aufwendungen* aus [31]): Zweistellige Jahreszuwachsraten, wie sie 1971 *und* 1973 im Gruppenergebnis der Landesrundfunkanstalten sowie 1971 *bis* 1973 beim ZDF auftraten, sind seit 1974 für die betrieblichen Aufwendungen, je insgesamt genommen, nicht mehr zu verzeichnen [32]). Allerdings hat sich, legt man die von der KEF korrigierten Planzahlen für 1976 bis 1977 zugrunde, die Schere der betrieblichen Aufwendungen und Erträge nur beim ZDF, nicht dagegen im Gruppenergebnis der Landesrundfunkanstalten [33]) schließen lassen. Das aus der Zusammenfassung der Anstaltsrechnungen resultierende Betriebsergebnis der Landesrundfunkanstalten als Gruppe ist zwar, wie auch das entsprechende Endergebnis der Aufwands- und Ertragsrechnungen, für 1977 immer noch besser als für 1973, verschlechtert sich aber seit 1974 von Jahr zu Jahr.

Die Entwicklung der betrieblichen Aufwendungen für Rundfunk wird maßgeblich von den Personalaufwendungen beeinflußt. Der prozentuale Anteil dieser Aufwendungen hat sich bei den Landesrundfunkanstalten von 39,1 (1973) auf 48,2 (1977) und beim ZDF von 24,9 (1973) auf 26,7 (1977) erhöht. Zu einem wesentlichen Teil erklärt sich dieser Unterschied aus der überdurchschnittlichen Personalintensität des Hörfunkbetriebes, eines Tätigkeitsbereichs, der beim ZDF [34]) entfällt. Auch dürfte die altersmäßige Zu-

---

[28]) Wegen der noch bestehenden unterschiedlichen Details des Haushaltsrechts der Rundfunkanstalten haben die Ministerpräsidenten auf ihrer Sitzung am 13. Oktober 1977 die KEF beauftragt, Vorschläge für eine Vereinheitlichung des Rundfunkhaushaltsrechts zu erarbeiten.

[29]) Vgl. Bericht der KEF vom 23. Juni 1977.

[30]) Anhebung der Grundgebühr von 2,50 auf 3 DM, der Fernsehgebühr von 6 DM auf 7,50 DM, der Rundfunkgebühr insgesamt von 8,50 DM auf 10,50 DM.

[31]) Sowohl für die Aufwendungen als auch für die außerordentlichen Erträge im Berichtszeitraum ist die Neuregelung der Besteuerung der Rundfunkanstalten bzw. ihrer Tochtergesellschaften von Bedeutung. Dies gilt in besonderem Maße für das ZDF: Die Besteuerung seiner Werbetätigkeit ist mit der am 1. Januar 1977 in Kraft getretenen Körperschaftsteuerreform auf eine gesetzliche Grundlage gestellt worden. Seine Werbe*einnahmen* werden mit einem Körperschaftsteuersatz von 8 % (§ 23 Abs. 9 KStG) und einem Gewerbesteuermeßbetrag von 0,8 % (§ 11 Abs. 5 GewStG) besteuert. Nach einer Übereinkunft zwischen den Regierungschefs von Bund und Ländern vom 3. und 4. Juni 1976 werden die Ertragsteuern der ARD-Rundfunkanstalten in der Weise festgesetzt, daß bei der Gewinnermittlung die tatsächlichen Kosten des Rahmenprogramms im Verhältnis 1 : 4 (1 Minute Werbung zu 4 Minuten Rahmenprogramm) als Betriebsausgaben anerkannt werden.

[32]) Vgl. Medienbericht 1974, Drucksache 7/2104, S. 55, Tabelle 32.

[33]) Die ARD-Anstalten haben in der „Stellungnahme der Landesrundfunkanstalten zum Ersten Bericht der Kommission zur Ermittlung des Finanzbedarfs der Rundfunkanstalten (KEF)" vom 23. Juni 1977 Bedenken gegen die Praxis der KEF erhoben, die ARD-Landesrundfunkanstalten faktisch als wirtschaftliche Einheit zu behandeln. Sie führen unter B 1.2. hierzu folgendes aus: „Hier wird ein *Finanzverbund* unterstellt, der zwischen rechtlich selbständigen Unternehmungen ohne deren Zustimmung nicht zulässig ist, von keiner der Anstalten gewollt ist und von keiner vergleichbaren föderalen Vielheit, etwa den Ländern der Bundesrepublik, praktiziert wird". Andererseits haben die Ministerpräsidenten am 4. November 1977 beschlossen, den Staatsvertrag über die neue Gebührenerhöhung erst abzuschließen, wenn die Landesrundfunkanstalten einen neuen funktionsgerechten Finanzausgleich vereinbart haben.

[34]) Vgl. z. B. Bericht der Kommission zur Untersuchung der rundfunkpolitischen Entwicklung im südwestdeutschen Raum, vorgelegt den Ministerpräsidenten der Länder Baden-Württemberg, Rheinland-Pfalz und Saarland am 19. Januar 1970 (die Kommission stand unter Vorsitz des MinDir. a. D. Dr. Elmar Michel: „Michel-Kommission II"), S. 82, Tabelle 21.

Tabelle C 2

Ertrags- und Aufwandsentwicklung der Landesrundfunkanstalten

	1973 Ist	1974 Ist	1975 Ist	1976 Ist	1977 Plan
	— in Millionen DM —				
Erträge aus Rundfunkgebühren (Hörfunk und Fernsehen) ohne ZDF-Anteile	1 452,2	1 803,7	1 821,1	1 852,6	1 901,8
Kostenerstattungen	174,4	202,0	263,9	283,5	305,1
Sonstige betriebliche Erträge	17,2	36,3	87,3	60,4	35,3
Betriebliche Erträge	1 643,8	2 042,0	2 172,3	2 196,5	2 242,3 [1]
Betriebliche Aufwendungen	1 951,9	2 142,8	2 335,5	2 413,2	2 487,4 [2]
(darunter Personalaufwendungen)	(763,3)	(868,9)	(1 030,3)	(1 184,5)	(1 198,2)
Saldo der Betriebsergebnisse	⁄.308,1	⁄.100,8	⁄.163,2	⁄.216,7	⁄.245,1
Neutrale Erträge	298,2	364,3	345,0	392,6	230,5
Neutrale Aufwendungen	135,8	192,8	171,9	163,1	148,6
Saldo der neutralen Ergebnisse	+162,4	+171,6 [1]	+173,1	+229,5	+ 81,9
Saldo aus den Endergebnissen der Aufwands- und Ertragsrechnung	⁄.145,7	+ 70,8	+ 9,9	+ 12,8	⁄.163,2

[1]) Die Differenz zum Ergebnis der Addition oder Subtraktion der aufgeführten Einzelgrößen erklärt sich aus deren Rundung.
[2]) Darin „Verstärkungsmittel "von 14,7 Millionen DM.

Quelle: ARD (Hrsg.): ARD-Jahrbuch (6) '74, (7) '75, (8) '76, (9) '77. Hamburg 1974—1977, Fortschreibung des ARD-Zahlenwerks III und Korrekturen der Ansätze für 1977 gem. Anl. 4 des KEF-Berichtes vom 23. Juni 1977 sowie eigene Berechnungen.

Tabelle C 3

Ertrags- und Aufwandsentwicklung des Zweiten Deutschen Fernsehens

	1973 Ist	1974 Ist	1975 Ist	1976 Ist	1977 Plan
	— in Millionen DM —				
Brutto-Erträge aus Fernseh/Rundfunk-Gebühren	373,0	472,8	478,5	484,8	496,6
Erträge aus Werbefernsehen	283,2	281,7	335,1	335,2	339,8
Sonstige betriebliche Erträge	18,6	7,8	9,7	47,3	21,3
Betriebliche Erträge	674,8	762,3	823,3	867,3	857,7
Betriebliche Aufwendungen	687,6	747,8	786,2	765,7	826,4
(darunter Personalaufwendungen)	(171,0)	(195,1)	(197,6)	(212,7)	(220,4)
Betriebsergebnis	⁄.12,8	+14,5	+37,1	+101,6	+31,2 [1]
Neutrale Erträge	27,5	27,0	38,1	17,3	15,8
Neutrale Aufwendungen	52,0	27,9	153,5	33,5	33,2
Saldo der neutralen Ergebnisse	⁄.24,5	⁄. 0,9	⁄.115,4	⁄. 16,3 [1]	⁄.17,4
Saldo aus den Endergebnissen der Aufwands- und Ertragsrechnung	⁄.37,3	+13,6	⁄. 78,4 [1]	+ 85,3	+13,8

[1]) Die Differenz zum Ergebnis aus der Addition oder Subtraktion der aufgeführten Einzelgrößen erklärt sich aus deren Rundung.
Quelle: ZDF-Haushaltsplan 1978, S. 34.

Tabelle C 4

Zuwachsraten der betrieblichen Erträge und Aufwendungen

	1974	1975	1976	1977	1977 gegen 1973
	— im Vergleich zum Vorjahr — — in % —				
Landesrundfunkanstalten					
Brutto-Erträge aus Rundfunkgebühren (Hörfunk und Fernsehen) ohne ZDF-Anteile	+24,2	+ 1,0	+ 1,7	+2,7	+31,0
Kostenerstattungen und sonstige betriebliche Erträge	+24,4	+47,4	⁄. 2,1	⁄.1,0	+77,7
Betriebliche Erträge	+24,2	+ 6,4	+ 1,1	+2,1	+36,4
Betriebliche Aufwendungen	+ 9,8	+ 9,0	+ 3,3	+3,1	+27,4
(darunter Personalaufwendungen)	(+13,8)	(+18,6)	(+15,0)	(+1,2)	(+57,0)
ZDF					
Brutto-Erträge aus Fernseh/Rundfunkgebühren	+26,8	+ 1,2	+ 1,3	+2,4	+33,1
Erträge aus Werbefernsehen und sonstige betriebliche Erträge	⁄. 4,1	+19,1	+10,9	⁄.5,6	+19,6
Betriebliche Erträge	+13,0	+ 8,0	+ 5,3	⁄.1,1	+27,1
Betriebliche Aufwendungen	+ 8,8	+ 5,1	⁄. 2,6	+7,9	+20,2
(darunter Personalaufwendungen)	(+14,1)	(+ 1,3)	(+ 7,6)	(+3,6)	(+28,9)

Quelle: Eigene Berechnungen aus den Tabellen C 2 und C 3.

Tabelle C 5

Ertrags- und Aufwandsentwicklung der Deutschen Welle und des Deutschlandfunks

	Ist 1973		Ist 1974		Ist 1975		Ist 1976		Plan 1977	
	— in Millionen DM —									
	DW	DLF	DW	DLF	DW	DLF	DW	DLF	DW	DLF
Zuweisungen des Bundes und ARD-Finanzausgleich (nur DLF)	122,16	64,81	149,22	73,93	160,19	82,27	166,57	83,47	171,40	88,58
Kostenerstattungen und sonstige betriebliche Erträge	1,18	1,27	1,53	1,70	3,26	1,54	3,78	2,09	3,20	2,25
Erträge	123,34	66,08	150,75	75,63	163,45	83,81	170,35	85,56	174,60	90,83
Betriebsaufwendungen	106,96	66,42	142,42	77,72	155,14	88,71	171,63	90,42	173,10	90,49
(darunter Personalaufwendungen)	(51,69)	(29,43)	(59,59)	(35,47)	(64,77)	(40,76)	(69,72)	(41,74)	(74,40)	(42,95)
Saldo des Betriebsergebnisses	+16,38	⁄.0,34	+ 8,33	⁄.2,09	+8,31	⁄.4,90	⁄.1,28	⁄.4,86	+1,50	+0,34
Neutrale Erträge	1,93	0,23	12,25	0,51	1,46	1,08	1,87	0,73	1,20	0,15
Neutrale Aufwendungen	0,73	0,49	5,89	1,04	1,80	1,34	2,00	0,67	1,30	0,71
Saldo der neutralen Ergebnisse	+ 1,20	⁄.0,26	+ 6,36	⁄.0,53	⁄.0,34	⁄.0,26	⁄.0,13	+0,06	⁄.0,10	⁄.0,56
Saldo aus dem Ergebnis der Aufwands- und Ertragsrechnung	+17,58	⁄.0,60	+14,69	⁄.2,62	+7,97	⁄.5,16	⁄.1,41	⁄.4,80	+1,40	⁄.0,22

Quelle: Angaben der DW und des DLF.

Tabelle C 6

Zuwachsraten der Erträge und Betriebsaufwendungen

	1974	1975	1976	1977	1977 zu 1973
	— im Vergleich zum Vorjahr — — in % —				
Deutsche Welle (DW)					
Zuweisungen des Bundes	+22,15	+ 7,35	+ 3,98	+ 2,90	+ 40,31
Kostenerstattungen und sonstige betriebliche Erträge	+29,66	+113,07	+15,95	⁄15,34	+171,19
Erträge	+22,22	+ 8,42	+ 4,22	+ 2,49	+ 41,56
Betriebsaufwendungen	+33,15	+ 8,93	+10,63	+ 0,86	+ 61,84
(darunter Personalaufwendungen)	(+15,28)	(+ 8,69)	(+ 7,64)	(+ 6,71)	(+ 43,93)
Deutschlandfunk (DLF)					
Zuweisungen des Bundes und ARD-Finanzausgleich	+14,07	+ 11,28	+ 1,46	+ 6,12	+ 36,68
Kostenerstattungen und sonstige betriebliche Erträge	+33,86	⁄ 9,41	+35,71	+ 7,66	+ 77,17
Erträge	+14,45	+ 10,82	+ 2,09	+ 6,16	+ 37,45
Betriebsaufwendungen	+17,01	+ 14,14	+ 1,93	+ 0,08	+ 36,24
(darunter Personalaufwendungen)	(+20,52)	(+ 14,91)	(+ 2,40)	(+ 2,90)	(+ 45,94)

Quelle: Eigene Berechnungen aus Tabelle C 5.

Tabelle C 7

Änderungen der Personalkostenanteile bei den Rundfunkanstalten in den Jahren 1973 und 1976

Rundfunkanstalt	Anteil der Personalkosten an den betrieblichen Aufwendungen					Personalkostenzuwachs
	1973	1974	1975	1976	Zuwachs der Anteile 1976 : 1973 (= 100)	1976 : 1973 (= 100)
I. Landesrundfunkanstalten (Hörfunk und Fernsehen)						
Bayerischer Rundfunk (BR)	38,1	39,4	41,9	44,6	+17,1	+50,4
Hessischer Rundfunk (HR)	41,2	44,7	46,5	49,6	+20,4	+45,4
Norddeutscher Rundfunk (NDR)	41,6	42,1	48,8	56,1	+34,9	+76,1
Radio Bremen (RB)	43,8	50,1	50,6	53,1	+21,2	+51,3
Saarländischer Rundfunk (SR)	43,1	45,8	45,7	49,3	+14,4	+35,3
Sender Freies Berlin (SFB)	39,2	44,7	43,4	52,5	+33,9	+71,3
Süddeutscher Rundfunk (SDR)	41,3	42,9	50,0	46,4	+12,3	+39,7
Südwestfunk (SWF)	41,7	41,9	45,1	50,6	+21,3	+45,1
Westdeutscher Rundfunk (WDR)	33,9	33,5	36,5	44,8	+32,2	+54,4
II. Zweites Deutsches Fernsehen (ZDF) (nur Fernsehen)	24,9	26,1	25,1	27,8	+11,6	+24,4
III. Bundesrundfunkanstalten (nur Hörfunk)						
Deutschlandfunk (DLF)	44,3	45,6	45,9	46,2	+ 4,3	+41,8
Deutsche Welle (DW)	48,3	41,8	41,8	40,6	−15,9	+34,9

Quelle: ARD (Hrsg.): ARD-Jahrbücher (6) '74, (7) '75, (8) '76, (9) '77. Hamburg 1974—1977; ZDF-Haushaltsplan 1978.

Tabelle C 8

Gesamtaufkommen an Rundfunkgebühren
(einschließlich der auf das ZDF entfallenden Anteile)

Jahr	Hörfunk		Fernsehen		Rundfunk insgesamt	
	Millionen DM	%	Millionen DM	%	Millionen DM	%
1970	568,1	*100*	1 158,7	*100*	1 726,8	*100*
1974	700,5	*123,3*	1 576,0	*136,0*	2 276,5	*131,8*
1976	719,8	*126,7*	1 618,4	*139,7*	2 338,1	*135,4*
1977	751,4	*132,3*	1 681,7	*145,1*	2 433,1	*140,9*

Quelle: Medienbericht 1974, Drucksache 7/2104 S. 50; (für 1974 und 1976:) ARD (Hrsg.): ARD-Jahrbücher (7) '75 und (9) '77. Hamburg 1975, S. 279, Tabelle 3 und 1977, S. 245, Tabelle 12 sowie Auskunft der ARD über das Gebührenaufkommen im Jahre 1977.

Tabelle C 9

Zahl der Rundfunkteilnehmer/anmeldepflichtigen Geräte im Vergleich zu der Zahl der Haushaltungen in der Bundesrepublik Deutschland 1950 bis 1978

Jahr	Zahl der Haushaltungen	Hörfunk		Fernsehen	
		Gesamtzahl der Teilnehmer/ anmeldepflichtigen Geräte [2]	Sättigungsgrad	Gesamtzahl der Teilnehmer/ anmeldepflichtigen Geräte [2]	Sättigungsgrad
		Stichtag 1. Januar	in %	Stichtag 1. Januar	in %
1	2	3	4	5	6
1950	16 650 000	7 746 144	*46,5*	—	—
1955	17 577 000	12 799 871	*72,8*	84 278	*0,5*
1960	19 174 500	15 900 447	*82,9*	3 375 003	*17,6*
1961	19 460 000	15 891 885	*81,7*	4 634 762	*23,8*
1962	20 179 000	16 270 464	*80,6*	5 887 530	*29,2*
1963	20 269 000	16 696 460	*82,4*	7 213 466	*35,6*
1964	20 720 000	17 099 063	*82,5*	8 538 570	*41,2*
1965	21 211 000	17 493 960	*82,5*	10 023 988	*47,3*
1966	21 542 000	17 877 920	*83,0*	11 379 049	*52,8*
1967	21 670 000	18 232 133	*84,1*	12 719 599	*58,7*
1968	21 976 000	18 586 929	*84,6*	13 805 653	*62,8*
1969	22 234 000	18 987 819	*84,6*	14 958 148	*67,3*
1970	22 861 000	19 368 260	*84,7*	15 902 578	*69,6*
1971	22 852 000	19 622 443	*85,9*	16 674 742	*73,0*
1972	22 994 000	19 902 213	*86,5*	17 429 730	*75,8*
1973	23 233 000	20 289 571	*87,3*	18 063 892	*77,8*
1974	23 651 000	20 586 134	*87,0*	18 468 187	*78,0*
1975	23 722 000	20 908 462	*88,1*	18 920 063	*79,8*
1976	23 943 000	21 125 106	*88,2*	19 225 029	*80,3*
1977	24 165 000	21 667 359	*89,7*	19 877 661	*82,3*
1978	(24 165 000)	22 087 952	*(91,4)*	20 153 672	*(83,4)*

[1] 1950: Volkszählung 13. September 1950; 1955: Wohnungszählung (ohne Saarland) vom 25. September 1956; 1960: Erhebung eines Mittelwertes, da statistische Angaben nicht vorhanden; 1961: Volkszählung 6. Juni 1961; 1962: Mikrozensus (MZ) Oktober; 1963 und 1964: MZ jeweils April; 1965: MZ Mai, 1966 bis 1969: MZ jeweils April; 1970: MZ Mai; 1971 und 1972: MZ April; 1973: MZ Mai; 1974: MZ April; 1975 und 1976: MZ Mai; 1977: April

[2] Mit dem Übergang des Gebühreneinzugs von der Deutschen Bundespost auf die Gebühreneinzugszentrale der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten in der Bundesrepublik Deutschland — GEZ — ab 1. Januar 1976 werden nicht mehr die Rundfunk*teilnehmer*, sondern die anmeldepflichtigen *Geräte* statistisch erfaßt.

Quelle: Angaben der Deutschen Bundespost, der NDR-Finanzverwaltung, des Statistischen Bundesamtes und eigene Berechnungen.

sammensetzung des Personals beim — 1961 gegründeten — ZDF kostengünstiger sein als bei den Landesrundfunkanstalten (vgl. Tabellen C 2 bis C 7).

Bei den Rundfunkanstalten des Bundesrechts hat sich der prozentuale Anteil der Personalaufwendungen der Deutschen Welle von 48,3 % im Jahr 1973 auf 43,0 % (1977) ermäßigt: Die betrieblichen Aufwendungen dieser Rundfunkanstalt sind in diesem Zeitraum mit + 61,8 % erheblich stärker als die Personalaufwendungen (+43,9 %) gestiegen, vor allem wegen der Inbetriebnahme neuer Relaisstationen in Übersee.

Die Zuwachsraten der Personalaufwendungen und deren prozentuale Anteile an den betrieblichen Aufwendungen unterscheiden sich bei den einzelnen Rundfunkanstalten erheblich. Allerdings ist bei einem Vergleich zu berücksichtigen, daß die Aufwendungen der verglichenen Jahre im Einzelfall durch außerordentliche Faktoren, wie insbesondere ungleichmäßige Dotierung von Rückstellungen für Pensionsverpflichtungen, beeinflußt sein können. In den letzten Jahren haben auch (zum Teil eingeklagte) Festanstellungen freier Mitarbeiter eine Rolle gespielt. Den dadurch verursachten Personalmehraufwendungen stehen Einsparungen bei den Honoraren (Urheber- und Leistungsvergütungen) gegenüber. Bei Vergleichen der Personalkostenanteile an den Betriebsaufwendungen in den Jahren vor 1973 ist zu berücksichtigen, daß seinerzeit die Kosten des Gebühreneinzugs als Gebühreneinbehalte der Deutschen Bundespost mit den Erträgen saldiert worden sind.

Da bei der einzelnen Anstalt die Ist-Zahlen von den Soll-Zahlen stark abweichen können, sind dem in Tabelle C 7 wiedergegebenen Vergleich nur Ist-Zahlen zugrundegelegt. Er beschränkt sich deshalb auf den Zeitraum 1973 bis 1976 [35]).

Die langfristige Entwicklung der Personalaufwendungen [36]) macht deutlich, daß deren nachhaltige Eigendynamik und hohe Remanenz oft zugunsten anderer Gesichtspunkte, etwa der Ausdehnung des Programmangebots, zurückgetreten sind. In welchem Grade einerseits die jeweilige Ertragssituation und andererseits die vorhersehbare langfristige Entwicklung der Zuwachsraten der betrieblichen Aufwengungen und Erträge die damaligen Prioritäten mitbestimmt hat, vermag die Bundesregierung nicht zu beurteilen. Wegen der gesamtwirtschaftlichen Bedeutung von Anhebungen der Rundfunkgebühren unterstreicht die Bundesregierung jedoch das Votum der KEF [37]), einer Ausweitung der Personalkosten bei den Rundfunkanstalten müsse *auch* durch strukturelle Maßnahmen entgegengewirkt werden. Unbeschadet der Notwendigkeit, im Bereich des Sachaufwandes ebenfalls sparsamer als in den Jahren hoher Ertragssteigerungen zu wirtschaften, kommt der Gestaltung des Personalaufwandes künftig wachsende Bedeutung zu. Ein tarifpolitischer Weg hierzu wäre (worauf die KEF in ihrem Bericht [38]) ausdrücklich hinweist), das von der Bundesregierung [39]) angeregte Verfahren in seiner Anwendung in folgender Beziehung zu verbessern: „... rechtzeitig vor dem Abschluß von Tarifverträgen für Rundfunkanstalten einen allgemeinen Informationsaustausch zwischen den Rundfunkanstalten, den Ländern und dem Bund herbeizuführen, um die unterschiedliche Entwicklung des Tarifrechts (einschließlich der Vergütungsregelungen) zwischen den Rundfunkanstalten und dem öffentlichen Dienst auf das sachlich unbedingt gebotene Maß zu beschränken".

III. Rundfunkprogramme

1 Hörfunk

1.1 Programmangebot

Im Durchschnitt kann jeder Rundfunkteilnehmer der Bundesrepublik Deutschland drei bis fünf Hörfunkprogramme (bei technisch unterschiedlicher Qualität) von Rundfunkanstalten der ARD empfangen.

Die 1. Hörfunkprogramme der Landesrundfunkanstalten (Mittelwellen- und Ultrakurzwellenbereich) finden „rund um die Uhr" statt. Dabei wird das Nachtprogramm im Wechsel jeweils von einer anderen Anstalt produziert und von den übrigen Anstalten übernommen. Die 2. und 3. Hörfunkprogramme (Ultrakurzwelle) werden in unterschiedlicher Länge im Tagesablauf ausgestrahlt. Zu diesen Programmen der Landesrundfunkanstalten kommen das Programm des Deutschlandfunks (DLF) sowie zwei Programme vom RIAS, die in Berlin und sehr begrenzt im übrigen Bundesgebiet zu empfangen sind. Die Deutsche Welle strahlt über Kurzwelle Sendungen für das Ausland aus [40]).

Der DLF sendet in Reichweite der von ihm benutzten Lang- und Mittelwellen für Deutschland und das europäische Ausland ein 24stündiges Programm in deutscher Sprache sowie weitere Programme in zwölf Fremdsprachen. Für den Raum Köln/Bonn sendet der DLF sein deutschsprachiges Programm auch auf UKW 89, Kanal 7. Am 6. Oktober 1974 trat beim DLF eine Reform der zwölf Jahre bestehenden Programmstruktur in Kraft, die eine Anpassung an veränderte Hörergewohnheiten zum Ziel hatte und das Programm im informatorischen Teil aktueller, flexibler sowie im Blick auf die Hörer in der DDR auch auffindbarer gestalten sollte. Die zwischen Deutschlandfunk und Deutscher Welle seit dem 1. Januar 1977 praktizierte Abgrenzung der Aufgabenverteilung bei den Informationsprogrammen für Osteuropa hat sich bewährt. Diese Neuregelung bezieht sich auf Sendungen für die Länder Polen, Tschechoslowakei, Ungarn, Jugoslawien und Rumänien.

---

[35]) Das ARD-Jahrbuch (10) '78 lag noch nicht vor.
[36]) Vgl. hierzu auch Medienbericht 1974, Drucksache 7/2104, S. 45 ff.
[37]) KEF: Bericht vom 23. Juni 1977, Tz. 107.
[38]) ebenda, Tz. 90
[39]) Beschluß der Bundesregierung vom 5. Mai 1976.
[40]) Vgl. Medienbericht 1974, Drucksache 7/2104 S. 58.

Die Programmstatistik der Landesrundfunkanstalten zeigt eine Gesamtsendezeit aller Hörfunkprogramme in den Jahren 1974 von 10 903, 1975 von 10 873 und 1976 von 11 167 (in tausend Minuten). Dabei sind Übernahmen von Sendungen sowie Gemeinschaftssendungen zweier oder mehrerer Anstalten bei der Anstalt gezählt, die die Sendung ausgestrahlt hat.

1.2 Neue Trends in der Programmentwicklung

Das Interesse der Bürger für regionale Informationen ist noch gewachsen. Fast alle Sender der Bundesrepublik Deutschland bemühen sich deshalb, neue und attraktive *Regionalsendungen* zu machen. Zum Beispiel hat der Bayerische Rundfunk das Land Bayern in fünf Regionen aufgeteilt, für die fünf unterschiedliche Sendungen produziert werden. Auch SWF, SDR und NDR senden in ihrem Sendegebiet Regionalprogramme nur für bestimmte Regionen, die in anderen Teilen des Landes oder Sendegebieten nicht empfangen werden können. Dank seiner technischen Vorteile kann der Hörfunk das Land leichter gleichgewichtig regional versorgen und ansprechen als es das Fernsehen bis jetzt vermag. In den letzten fünf bis sechs Jahren sind in den Hörfunkprogrammen zunehmend *Dialog-Sendungen* eingeführt worden mit der Absicht, den Hörer einzubeziehen, zu aktivieren und damit sogenanntes feed-back und mehr Transparenz zu erreichen.

Dieses Angebot, den Hörer an Sendungen direkt zu beteiligen, reicht vom altbekannten Postkarten-Wunschkonzert bis zu Kommunikationsprogrammen, die nach dem Modell gruppendynamischer Sitzungen unter Leitung eines Psychologen Hörer und Redakteure auf eine gemeinsame Ebene stellen. Für solche Kommunikation eignen sich z. B. Sendungen wie „SF-Beat" (Sender Freies Berlin), „Radiothek" (WDR), „Point" (SDR), die zur gründlichen Kenntnis ihrer jugendlichen Zielgruppen zwingen.

„Hallo U-Wagen" (WDR) weitet solche Interaktionen auf alle Teile der Bevölkerung aus. Man fährt mit dem Übertragungswagen zu den Bürgern, manchmal auf Anregung von Bürgerinitiativen hin, spricht mit ihnen live, konfrontiert Fragesteller mit Verantwortlichen, Verursacher mit Betroffenen. Der Hörfunk eröffnet so die Möglichkeit, Öffentlichkeit herzustellen, authentische Wirklichkeit widerzuspiegeln.

1.3 Verkehrsrundfunk

Die ARD hat aufgrund von Verhandlungen mit der Bundesregierung die bisherigen Ausstrahlungen der Verkehrsdurchsagen auf das ganze Bundesgebiet über vorhandene Sender ausgedehnt und die unterschiedlichen Durchsagezeiten aufeinander abgestimmt. Zur Erleichterung der Abstimmung der Autoradios auf den jeweiligen Sender des Verkehrsrundfunks wurde in Zusammenarbeit von Rundfunkanstalten, Verkehrsbehörden und -verbänden, Polizei und Deutscher Bundespost (DBP) ein System zur Sender-Kennung entwickelt und erprobt. Bei voller Ausnutzung der technischen Möglichkeiten dieses Systems schaltet sich das Autoradio automatisch auf den jeweils gewünschten Sender des Verkehrsrundfunks ein.

Nach einer eingehenden Erprobung hat die DBP die Einführung dieses Systems am 25. Juni 1974 fernmelderechtlich genehmigt. Eine Voraussetzung für die Genehmigung war die Abstimmung mit den Nachbarländern in den zuständigen internationalen Gremien. Weitere Verhandlungen in diesen Gremien haben das Ziel, zumindest im zentralen Bereich von Europa ein einheitliches System für die Kennung der Sender, die Verkehrsdurchsagen ausstrahlen, einzuführen. Einige Nachbarländer haben bereits mit der Einführung des im Bundesgebiet verwendeten Systems begonnen.

2 Fernsehen

Die in der ARD zusammengeschlossenen Landesrundfunkanstalten und die Anstalt Zweites Deutsches Fernsehen haben Ende Dezember 1977 eine neue Koordinierungsvereinbarung [41]) verabschiedet, die am 1. Januar 1978 in Kraft getreten ist und bis zum 31. Dezember 1979 gelten soll. Eine Abweichung von diesem Programmschema ist nur aus wichtigem Grund zulässig.

Eine gemeinsame Medienkommission soll durch geeignete Untersuchungen die Entwicklung des Zuschauerverhaltens nach Inkrafttreten der neuen Programmstruktur beobachten. Wenn dabei nach Meinung eines Vertragspartners wesentliche Veränderungen im Einschalt- und Sehverhalten der Zuschauer festgestellt werden, sind auf Antrag eines Vertragspartners unverzüglich Verhandlungen im Koordinierungsausschuß über die Änderung des Koordinierungsabkommens aufzunehmen. Kann acht Wochen nach Aufnahme der Verhandlungen keine Einigung über die Änderung des Koordinierungsabkommens erzielt werden, so hat jeder Vertragspartner das Recht, das Abkommen vorzeitig mit einer Frist von einem Monat zu kündigen. In diesem Fall verbleibt es anstelle des bisherigen Abkommens bei der grundsätzlichen Regelung gemäß § 22 Abs. 4 des ZDF-Staatsvertrages bzw. Ziffer I 3 des Schlußprotokolls zum ZDF-Staatsvertrag.

2.1 Neue Programmstruktur des Deutschen Fernsehens / ARD

Die neue Programmstruktur trat mit dem Koordinierungsabkommen am 1. Januar 1978 in Kraft. Die wichtigsten Merkmale des neuen ARD-Schemas sind:

---

[41]) Nach § 22 Abs. 4 des Staatsvertrages über die Errichtung der Anstalt des öffentlichen Rechts Zweites Deutsches Fernsehen und nach Ziffer I 3 des Schlußprotokolls zu diesem Vertrag sowie nach der Empfehlung der Ministerpräsidentenkonferenz in ihrer Sitzung vom 3./4. Mai 1962 haben die Landesrundfunkanstalten und das Zweite Deutsche Fernsehen darauf hinzuwirken, daß die Fernsehteilnehmer der Bundesrepublik zwischen zwei inhaltlich verschiedenen Programmen wählen können; siehe Medienbericht 1974, Drucksache 7/2104 S. 62.

— Beibehaltung der „Tagesschau" um 20.00 Uhr;

— Einführung einer zweiten großen Informationssendung „Tagesthemen", Montag bis Freitag von 22.30 bis 23.00 Uhr. In den „Tagesthemen" wird versucht, die aktuellen Ereignisse des Tages zu interpretieren, die Hintergründe von Entwicklungen aufzuhellen und wichtige Trends darzulegen;

— weniger politische „Einstiege" ins Hauptabendprogramm, so daß anders als bisher nur noch am Donnerstag, 20.15 Uhr, eine aktuelle Informationssendung das Abendprogramm eröffnet;

— ein Minimum politischer „Schutzzonen"; damit bietet die ARD seltener als bisher Informationsprogramme zur gleichen Zeit mit dem ZDF an;

— Spätprogramm ab 23.00 Uhr, bei dem vornehmlich Fernsehspiele, Unterhaltungssendungen und Spielfilme wiederholt werden.

Der in der Öffentlichkeit erhobene Vorwurf, mit der neuen Struktur werde das Programm des Deutschen Fernsehens „entpolitisiert", ist nach Ansicht der ARD nicht gerechtfertigt. Schon bei einer rein quantitativen Betrachtungsweise lasse sich dieser Vorwurf nicht aufrechterhalten, wie ein Vergleich zeige. Addiert man die Minutenzahl aller Informationssendungen unter Einschluß der „Tagesschau-Spätausgabe" und der jetzigen „Tagesthemen", so ergibt sich für 1977 ein Gesamtvolumen von 32 205 Minuten.

Für 1978 beträgt die entsprechende Zahl nach der neuen Programmstruktur 31 505 Minuten. Das ist lediglich eine Differenz von 700 Minuten oder von rund 2 % des früheren Volumens der Informationssendungen. Außerdem träfe der Vorwurf der „Entpolitisierung" nicht zu, wenn man zusätzlich in Rechnung stelle, daß die Informationssendungen an den neuen Sendeplätzen zumindest in der Mehrzahl der Fälle bessere Chancen beim Publikum haben. Wenn man die „Quantität" der bisher bekanntgewordenen Zuschauerzahlen bei Informationssendungen zum Maßstab nähme, sei eher mit einer Verbesserung zu rechnen. So haben im Durchschnitt mehr als 27 % aller Familien den politischen Magazinen am Dienstag zugesehen; dieser Wert liegt deutlich über dem Durchschnittsergebnis des vergangenen Jahres (21 %). Das Wirtschaftsmagazin „Plus-Minus", für das bisher Durchschnittswerte von 14 % gemessen wurden, hat im 1. Quartal 1978 19 % der Haushalte erreicht.

Von der „Quantität" des erreichten Publikums her gibt es insoweit keine Belege für die in der Öffentlichkeit geäußerte Befürchtung, das neue Schema könne zu einer Entpolitisierung des Programms beitragen. Ein für die Zuschauer so wichtiger Einschnitt wie das neue Koordinierungsabkommen zwischen ARD und ZDF läßt jedoch eine schlüssige Bewertung erst nach Prüfung eines längeren Zeitraumes zu.

2.2 Neue ZDF-Programmstruktur

Das ZDF hat seine angestammten politischen Informationsplätze entsprechend seiner Strukturreform vom 1. Oktober 1973 zwischen 19.30 und 22.00 Uhr im wesentlichen beibehalten (z. B. „ZDF-Magazin" und „Bilanz", Mittwoch, 20.15 Uhr, „Kennzeichen D", Donnerstag, 21.20 Uhr).

Aufgrund des neuen Koordinierungsabkommens haben sich auch für das ZDF einige Programmänderungen ergeben:

— Ein tägliches zwanzigminütiges „heute-journal" wird von Montag bis Donnerstag um 21.00 Uhr und am Freitag um 22.00 Uhr ausgestrahlt. In diesem „heute-journal" liegt der Schwerpunkt auf ausführlicher Hintergrundinformation und Kommentierung.

— Intensivierung der Kulturberichterstattung:

  Der bereits im März 1977 eingeführte wöchentliche Rhythmus des ZDF-Kulturmagazins „Aspekte" — bislang jedoch an zwei verschiedenen Wochentagen — ist im neuen Programmschema durch den einheitlichen Termin, Freitag 22.20 Uhr, erst voll wirksam geworden. Der wöchentliche Rhythmus ermöglicht eine Mischung von aktueller Kulturberichterstattung einerseits und Hintergrundinformation andererseits.

— Feste Sendezeiten für jüngere Zuschauer:

  Mit der Erweiterung des „Schüler-Express" von 25 auf 40 Minuten, der Einrichtung des Sport-Studios für jugendliche Zuschauer „Pfiff" (beide Freitag, 16.55 Uhr alternierend) und der neuen Jugendprogrammleiste am Samstag, 19.30 Uhr, hat das ZDF sein Angebot für die jüngeren Zuschauer zwischen 8 und 18 Jahren auf zwei Sendetermine konzentriert. Das Jugendprogramm am frühen Samstagabend wurde ressortübergreifend zu einer abwechslungsreichen Mischung von unterhaltenden (Musik, Jugendfilm) und informierenden Sendungen („Direkt", „Sparring", „Auto/Motorradmagazin") zusammengestellt.

— Das Angebot nach 22.00 Uhr stellt eine Mischung aus Erstsendungen (Zielgruppenprogramm) und gezielten Wiederholungen dar.

2.3 Dritte Fernsehprogramme

Die Dritten Programme unterliegen zwar nicht dem Koordinierungsabkommen zwischen ARD und ZDF, dennoch hat die neue Programmstruktur der beiden Systeme die Dritten Fernsehprogramme veranlaßt, intensiver als bisher ihre spezifischen Möglichkeiten zu nutzen.

Als allgemeine Tendenz ist festzustellen, daß die Dritten Programme die regionalen Aspekte wieder stärker in den Vordergrund rücken. Das Geschehen in der Region ist oft der Ausgangspunkt für Diskussionen und Auseinandersetzungen über Fragen von grundsätzlichem Gewicht. Man denke an die Themenkomplexe Umweltschutz und Energieproduktion, aber auch Städteplanung, Architektur, Wasserversorgung und andere, die von der jeweiligen Region

nicht zu trennen, wahrscheinlich gerade als regionale Probleme erst exemplarisch für ihre nationale oder auch weltweite Bedeutung darzustellen sind.

Aufgrund der Verwaltungsvereinbarungen über die Zusammenarbeit der Dritten Fernsehprogramme vom 12. Mai 1971 ist ein kostenloser Programm-Austausch zwischen den Dritten Fernsehprogrammen der ARD möglich [42]).

Dies und die Tatsache, daß vor allem Sendungen aus den Bereichen praktisches Wissen, Naturwissenschaften, Kultur und Fremdsprachen von vornherein auf Wiederholbarkeit konzipiert werden, ermöglicht es, in einigen dieser Bereiche kostenfreie Übernahme und Wiederholungsraten von gegenwärtig über 80 % zu erreichen — einer der Hauptgründe, weswegen sich die Durchschnitts-Minutenkosten der Dritten Programme gegenwärtig auf 627 DM belaufen, die des I. Programms auf 3 044 DM [43]).

Wichtig für Absprachen von Koproduktionen sind die Programm-Messen, die jährlich stattfinden. Die im In- und Ausland angekauften Produktionen werden in der Regel nach einem Options-Schlüssel für alle Dritten Programme der ARD erworben.

Standen die Dritten Fernsehprogramme in den 60er Jahren mehr im Zeichen des Bildungs- und Erziehungsfernsehens, so wollen sie nun stärker als bisher ein Alternativprogramm zum Ersten und Zweiten Programm machen, in denen alle Sparten, die für ein Kontrastprogramm geeignet erscheinen, enthalten sind.

IV. Besondere Bildungsprogramme im Rundfunk

1 Übergreifende Zusammenarbeit

Außer Bildung im allgemeinen Sinn vermitteln Rundfunk und Fernsehen in der Bundesrepublik Deutschland ausgewählte Bildungsangebote in Form von Schulfunk, Schulfernsehen und Medienverbundprogrammen für Erwachsene. Außerdem hat sich in den letzten Jahren die Diskussion über die Frage, in welcher Weise Hörfunk- und Fernsehsendungen im Hochschulbereich Verwendung finden können, fortgesetzt. Gemeinsam ist diesen ausgewählten Bildungsprogrammen, daß sie als Medienverbundsysteme konzipiert sind. Bei diesen Multimedia-Angeboten wird davon ausgegangen, daß ein Medium die Defizite der anderen Medien des Verbundsystems systematisch kompensiert und dadurch optimale Wirkungen erzielt werden können. So werden Hörfunksendungen und Fernsehproduktionen beispielsweise durch gedruckte Materialien ergänzt. Im Direktunterricht wird das von den Medien Dargebotene vertieft. Diese speziellen Bildungsangebote sind natürgemäß nicht nur Angelegenheit der sie produzierenden und ausstrahlenden öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten, die aufgrund ihres Programmauftrags Bildung auch in dieser spezifischen Form vermitteln, sondern ebenso der staatlichen Kultusbehörden sowie anderer Institutionen. Die Gemeinsamkeit der Interessen auf diesem Gebiet sowie die Frage der Weiterentwicklung und der Finanzierung dieser immer mehr an Bedeutung gewinnenden Bildungsmöglichkeiten machen eine Kooperation aller betroffenen Stellen und Organisationen unumgänglich.

1.1 Gemischte Kommission

Um die Zusammenarbeit zwischen den Rundfunkanstalten und den Kultusverwaltungen auf dem Gebiet des Schulfunks und des Schulfernsehens zu intensivieren, wurde 1972 aufgrund einer Vereinbarung zwischen der Kultusministerkonferenz und den Rundfunkanstalten die „Gemischte Kommission" der Arbeitsgemeinschaft Schulfunk und Schulfernsehen KMK [44])/ARD/RIAS/ZDF eingesetzt. Ihr gehören Vertreter der Rundfunkanstalten und der Kultusministerien an. Die Kommission gibt Empfehlungen zur Koordinierung solcher Projekte, die auf gemeinsam erstellten Bedarfsanalysen beruhen.

Nach Auskunft der KMK werden gemäß einer Empfehlung der „Gemischten Kommission" vom 20. September 1974 und 25. April 1975 zur Abstimmung von Planung und Entwicklung von Schulfunk- und Schulfernsehprojekten zur sachgerechten Koordinierung alle zwei Jahre Erhebungen über die von den Kultusministerien gewünschten Prioritäten durchgeführt. Bestandsaufnahmen über die vorliegenden und geplanten Projekte der Rundfunkanstalten und des Instituts für Film und Bild in Wissenschaft und Unterricht (FWU) im Bereich Schulfunk und Schulfernsehen finden jährlich statt.

Beide Erhebungen werden in der „Gemischten Kommission" diskutiert, Absprachen zwischen den beteiligten Rundfunkanstalten ermöglichen Optionen für bestimmte Projekte; die „Gemischte Kommission" übernimmt somit die Funktion einer Clearing-Stelle für diesen Bereich [45]).

---

[42]) Verwaltungsvereinbarung über die Zusammenarbeit der Dritten Fernsehprogramme vom 7. September 1966 i. d. F. vom 12. Mai 1971; vgl. ARD (Hrsg.): ARD-Jahrbuch (3) '71. Hamburg 1971, S. 259.

[43]) ARD (Hrsg): ARD-Jahrbuch (9) '77. Hamburg 1977, S. 252.

[44]) Ständige Konferenz der Kultusminister der Länder der Bundesrepublik Deutschland.

[45]) Die Ergebnisse der letzten „Bestandsaufnahme der verfügbaren und geplanten Schulfunksendungen" und der „Bestandsaufnahme der verfügbaren und geplanten Schulfernsehsendungen" — jeweils Stand Oktober 1975 — hat das Institut für Film und Bild publiziert; diese Dokumentationen stehen unter anderem allen Landesbildstellen zur Verfügung.
Zur Lernmittelfreiheit bei Begleitmaterialien zu Schulfunk- und Schulfernsehsendungen in den einzelnen Ländern erfolgte im Jahre 1973 eine Erhebung der Kultusministerkonferenz. Nach dieser Erhebung sind in der Regel Begleitmaterialien in die Lernmittelfreiheit einbezogen.
Über bestimmte mit der Gestaltung der Begleitmaterialien zu Schulfunk- und Schulfernsehen zusammenhängende Fragen orientiert eine von der „Gemischten Kommission" zusammengestellte Übersicht aus dem Jahre 1974.

1.2 Gesprächskreis Medienverbund

Für die Bildungsangebote an Erwachsene bildete sich im Jahre 1974 auf Initiative des Bundesministeriums für Bildung und Wissenschaft der „Gesprächskreis Medienverbund", in dem neben Vertretern von Rundfunk- und Fernsehanstalten auch Vertreter der Spitzenorganisationen der Weiterbildung, der im Medienverbund erfahrenen Verlage sowie einiger Behörden und Fachrichtungen mitwirken. Das Bundesministerium für Bildung und Wissenschaft ist ebenfalls vertreten. Zu den Aufgaben dieses Gesprächskreises gehört es, die Kontakte, die gegenseitige Information, den Erfahrungsaustausch und die Abstimmung bei Planung und Produktion von Medienverbundprojekten zu fördern; insbesondere soll über Vorschläge für geeignete Programmthemen, über die Bedürfnisse der Abnehmer, die Organisation von Begleitkursen, Kooperationsmöglichkeiten, Begleituntersuchungen und Erfahrungen mit abgelaufenen Medienverbundprogrammen gesprochen werden. Ein derartiges Gremium kann zweifellos keine verbindlichen Beschlüsse fassen, hat keine Weisungsbefugnisse und keine unmittelbaren Einflußmöglichkeiten.

1.3 Zuwendungen aus Bundesmitteln für Modellversuche

Auf der Grundlage von Kooperationsvereinbarungen und der Rahmenvereinbarung zur koordinierenden Vorbereitung, Durchführung und wissenschaftlichen Begleitung von Modellversuchen im Bildungswesen vom 7. Mai 1971 haben einige Bundesländer zu einer Reihe von Einzelvorhaben Anträge auf Gewährung von Zuwendungen aus Bundesmitteln bei der Geschäftsstelle der Bund-Länder-Kommission für Bildungsplanung und Forschungsförderung gestellt. Über 20 Modellversuche und wissenschaftliche Begleituntersuchungen wurden vom Bundesministerium für Bildung und Wissenschaft finanziell mitgetragen. Neben der Weiterentwicklung und Erprobung neuer Modelle für das Schulfernsehen im Medienverbund waren Arbeitslehre, Neue Mathematik und Politische Bildung die inhaltlichen Förderungsschwerpunkte. Eine erste Auswertung der von Bund und Ländern gemeinsam geförderten Modellversuche liegt der Geschäftsstelle der Bund-Länder-Kommission für Bildungsplanung und Forschungsförderung vor.

2 Schulfunk, Schulfernsehen [46])

2.1 Schulfunk

Schulfunksendungen werden von allen Landesrundfunkanstalten, einschließlich dem der ARD assoziierten RIAS, ausgestrahlt. Jede dieser Rundfunkanstalten — mit Ausnahme des SWF, der die Schulfunkprogramme des SDR und des SR übernimmt — produziert ein eigenes Schulfunkprogramm.

2.1.1 Zielgruppen

Zielgruppe der Schulfunkprogramme sind in der Regel alle Schularten und alle Altersstufen. Nur der RIAS-Schulfunk wendet sich mit seinem Programm für die Schulen ausschließlich an die Schüler der Oberstufe (Sekundarstufe II).

Außer der beabsichtigten Nutzung durch die Schulen zielen die Schulfunkprogramme auf das breite Hörfunkpublikum; der Schulfunk verkörpert damit ein Bildungsangebot an die Allgemeinheit. Schulfunksendungen sind ein vielgehörter Bestandteil des allgemeinen Rundfunkprogramms.

2.1.2 Sendezeiten

Die wöchentlichen Sendezeiten der Schulfunkprogramme betragen zwischen 5 und ca. 25 Stunden. Die Sendungen werden zu festen Terminen an allen Wochentagen, sowohl vormittags als auch nachmittags, ausgestrahlt. Durch Wiederholungen wird den Lehrern und Schülern sowie der allgemeinen Hörerschaft die Chance gegeben, versäumte Sendungen nachzuholen.

Für den Schulfunk standen 1976/77 wöchentlich von Montag bis Freitag — einschließlich der Wiederholungen — dem BR 10 Stunden, dem RIAS 8 Stunden 20 Minuten, dem SFB 7 Stunden 30 Minuten, dem HR 7 Stunden, RB 6 Stunden 40 Minuten Sendezeit zur Verfügung. Das wöchentlich 5 Stunden betragende Schulfunkprogramm für SDR, SR und SWF wird nach dem Schlüssel 4 : 1 vom SDR und SR hergestellt. NDR und WDR senden ihre Schulfunkprogramme von Montag bis Freitag sowohl im 1. als auch im 3. Hörfunkprogramm, wobei die Sendungen im 1. Programm alternierend jede zweite Woche entweder vom NDR oder WDR ausgestrahlt werden. Beim NDR beträgt die Zahl der Wochenstunden alternierend 13 Stunden 20 Minuten bzw. 25 Stunden, beim WDR alternierend 9 Stunden 10 Minuten bzw. 18 Stunden 20 Minuten. Samstags senden außerdem der RB-Schulfunk 30 Minuten für ein allgemeines Publikum, der SR 60 Minuten regionalen Schulfunk, der WDR Sprachkurse (30 Minuten) und Deutsch für Aussiedler (15 Minuten). Diese Sprachkurse strahlt der WDR auch sonntags und mittwochs in seinem 4. Programm aus.

2.1.3 Fächer im Rahmen der Lehrpläne [47])

In den Schulfunkprogrammen werden alle Fächer berücksichtigt, deren Unterrichtsinhalte sich mit den medienspezifischen Möglichkeiten des Hörfunks befassen, veranschaulichen oder ergänzen lassen. Der Bayerische Rundfunk ist die einzige Sendeanstalt der Bundesrepublik, die durch das Rundfunkgesetz verpflichtet ist, in den „Sendungen, die für den Unterricht an bayerischen Schulen bestimmt sind ...,

[46]) Einzelheiten gehen auf Auskünfte von KMK und Rundfunkanstalten zurück sowie auf: Albert Esser (Hrsg.): Handbuch Schulfernsehen. Ein Kompendium für Studium, Fortbildung und Praxis. Weinheim und Basel 1977.

[47]) Internationales Zentralinstitut für das Jugend- und Bildungsfernsehen (Hrsg.): Zur Situation des Schulfunks: Berichte Europäischer Rundfunkanstalten. München 1977, S. 10.

die für diese Schulen gültigen Lehr- und Bildungspläne zu beachten" [48]). Daraus ergibt sich naturgemäß eine größtmögliche Lehrplannähe. Auch die anderen Schulfunkredaktionen berücksichtigen in ihrem Angebot weitgehend die Fächer der Lehrpläne. Zum Teil stimmt jedoch die Einteilung der Programmsparten nicht genau mit der Gliederung des Unterrichts in Fächern überein.

2.1.4 Sendungen unabhängig vom Lehrplan

Außerhalb der Fächer der jeweiligen Lehrpläne senden die Schulfunkredaktionen ein breites Angebot von Bildungsprogrammen, die sich sowohl an die Schule als auch an das allgemeine Publikum wenden. So hat der Bayerische Schulfunk sich mit einzelnen Reihen am Abendstudio beteiligt. Die Schulfunkredaktion des HR produziert Sprachkurse, die Sendereihe „Schule und Elternhaus", aktuelle Informationen aus dem Bildungssektor und „Minilektion", eine Art Schulfunk für Erwachsene. Der NDR-Schulfunk bietet außerhalb des Lehrplanfächer-Kanons Hörererziehung an, der RIAS-Schulfunk behandelt aktuelle Ereignisse aus Politik, Wissenschaft und Kultur, die „Berliner Schulfunkstunde" des SFB gibt der Schule weitere Hilfe durch Reihen wie „Arbeitslehre", „Die Wirtschaft heute" und „Rechtsfragen des Alltags".

Der WDR-Schulfunk bezieht über den Lehrplan hinaus in seine Sendungen Tagesaktualitäten mit ein, außerdem medienkundliche Programme und u. a. spezielle Übungsreihen.

2.2 Schulfernsehen

Alle neun Anstalten der Landesrundfunkanstalten senden Schulfernseh-Programme. Während der BR, SFB, HR und WDR jeweils für ihr Sendegebiet ein eigenes Schulfernseh-Programm ausstrahlen, wird das „Norddeutsche Schulfernsehen" für die Länder Hamburg, Bremen, Niedersachsen und Schleswig-Holstein vom NDR und RB gemeinsam getragen. Im südwestdeutschen Raum mit den Ländern Baden-Württemberg, Rheinland-Pfalz und Saarland wird in „Südwest 3" (S 3) vom SR, SDR und SWF das Südwestdeutsche Schulfernsehen ausgestrahlt; es wird von SR und SWF produziert.

2.2.1 Zielgruppen und Fächer

Die Schulfernsehprogramme werden in der Regel für alle Schularten und Altersgruppen produziert; lediglich das Hessische Schulfernsehen richtet sich primär an die berufsbildenden Schulen. Das Fächerangebot umfaßt die Themenbereiche Arbeitslehre, Bildende Kunst, Biologie, Chemie, Deutsch, Englisch, Ernährung und Hauswirtschaft, Französisch, Geographie, Geschichte, Gesellschaftslehre, Landwirtschaft, Mathematik, Medienkunde, Metall und Kunststoffe, Musik, Pädagogik, Physik, Psychologie, Religion, Technik, Verkehrserziehung, Wirtschaft und Verwaltung. Einige Schulfernsehprogramme betonnen schwerpunktmäßig bestimmte Fachschulbereiche.

Das Schulfernsehen berücksichtigt die in den Schulen gelehrten Fächer nicht gleichmäßig. „Deutlich überrepräsentiert sind sozialkundliche Fächer (Arbeitslehre, politische Bildung, Wirtschaftslehre) mit etwa 27 % sowie Mathematik mit etwa 30 %" [49]), wobei diese Anteile entsprechend der föderativen Struktur der Bundesrepublik nicht für alle Rundfunkanstalten in gleicher Weise zutreffen.

2.2.2 Sendezeiten

Die Schulfernsehsendungen werden von den Sendern sowohl während der Schulstunden als auch zu anderen Sendezeiten ausgestrahlt und mehrfach wiederholt, um die Anpassung an unterschiedliche Stundenpläne zu sichern, um Schülern, Lehrkräften, interessierten Eltern und Zaungästen die Möglichkeit wiederholter Rezeption zu geben und die Aufzeichnung zu ermöglichen.

Im Schuljahr 1976/77 betrug die Sendezeit aller sechs Schulfernsehprogramme insgesamt 4 084 Stunden. Davon entfielen

10,5 % auf den BR, 10,0 % auf den HR, 27,3 % auf NDR/RB, 3,1 % auf den SFB, 6,7 % auf SWF/SR/SDR und 42,4 % auf den WDR.

Der Anteil der Übernahmen und Fremdanteile machte beim BR 9 % aus, beim HR 40 %, beim NDR/RB 26 %, beim SFB 39 %, SWF/SR/SDR 10 % und beim WDR 28 %.

2.3 Gemeinsame Probleme von Schulfunk und Schulfernsehen

Planung, Kooperationsverfahren und Finanzierung der Schulfunk- und Schulfernsehprogramme sind nicht einheitlich geregelt. Ursprünglich als freies Angebot der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten an die Schule strukturiert, haben sich daneben auch Formen entwickelt, die in enger Anlehnung an Lehrplankonzeptionen der Kultusverwaltungen geplant und produziert werden.

Die Programme werden auf Planungs- und Sichtkonferenzen („Programm-Messen") geplant und diskutiert, kooperativ von mehreren Sendern übernommen oder von einzelnen Rundfunkstationen ausschließlich für ihre Zwecke in die Programmplanung einbezogen [50]). Eine Vielzahl von wissenschaftlichen Untersuchungen begleiten die Programme und wirken sich auf die Programmplanung und Gestaltung aus [51]).

2.3.1 Finanzsituation

Die *Schulfunk*sendungen werden aus sendereigenen Mitteln produziert. Da der Schulfunk stärker auf

[48]) Gesetz über die Errichtung und die Aufgaben einer Anstalt des öffentlichen Rechts „Der Bayerische Rundfunk", Artikel 4, Abs. 2.6 in der Fassung von 1973.

[49]) Werner Nowak: Zur Funktion des Schulfernsehens in der Bundesrepublik Deutschland. In: „Neue Unterrichtspraxis" (Hannover), 11. Jg. 1978/Heft 1, S. 38.

[50]) Vgl. Anm. 45.

[51]) Vgl. hierzu besonders Albert Esser (Hrsg.). Handbuch des Schulfernsehen, a. a. O., (Anm. 46).

länderspezifische Bedürfnisse hin konzipiert ist, wird durch rechtzeitige Planungsabsprachen eine spätere Adaption durch einen anderen Sender möglich. Bei einer Übernahme werden die Produktionskosten im Rahmen der sog. Programmhilfe nicht gegenseitig aufgerechnet; der übernehmende Sender muß jedoch die Urheberrechte der freien Mitarbeiter ablösen und ihnen anteilige Honorarkosten erstatten. BR, SFB, WDR tragen die Kosten für Planung, Gestaltung und Ausstrahlung ihres *Schulfernsehens* aus sendereigenen Haushaltsmitteln. Dasselbe galt bisher auch für NDR und RB. Der NDR bemüht sich zur Zeit in Verhandlungen mit den Ländern um eine Erstattung der Kosten für Schulfernsehproduktionen. Die Schulfernsehprogramme für den S 3-Bereich werden von den Kultusbehörden voll finanziert. Ebenso wird die Geschäftsstelle Schulfernsehen Südwest 3 aus Mitteln der Kultusministerien gefördert. In Hessen werden die Schulfernsehsendungen weitgehend aus staatlichen Mitteln finanziert, außerdem leistete der Bundesminister für Bildung und Wissenschaft für Berufsschulsendungen in der Zeit von 1971 bis 1975 Zuschüsse in Höhe von 2,3 Millionen DM, nachdem das Hessische Schulfernsehen als Modellversuch anerkannt worden war. Von den im Schuljahr 1976/77 ausgestrahlten 1 375 Schulfernsehsendungen wurden 415 aus Steuermitteln finanziert, der Rest von 960 Sendungen wurde aus Rundfunkgebühren bezahlt [52]).

2.3.2 Zusammenarbeit mit Schulen und Erziehungsbehörden

Die Kooperation der Schulfunk- und Schulfernsehredaktionen mit den Schulen und Erziehungsbehörden [53]) umfaßt laut Auskunft der KMK sowohl den ständigen Kontakt zu Lehrern und Schülern als auch die Arbeit in institutionalisierten gemeinsamen Gremien mit den Kultusbehörden.

Die *Schulfunk*redaktion des BR arbeitet zusammen mit dem „Staatsinstitut für Schulpädagogik" und hält enge Kontakte zur Lehrerfortbildung und zu Lehrerarbeitsgruppen. In Hessen berät der vom hessischen Kultusministerium berufene Schulfunkausschuß die Redaktion und stellt die Verbindung zu den Schulen her. Beim NDR wird der Bedarf an den Schulen durch eine fachübergreifende Redaktion ermittelt. Der Informationsaustausch zwischen den Kultusministerien des NDR-Sendegebietes und der Abteilung Schulfunk erfolgt nach freier Vereinbarung. Die Schulfunkredaktion von Radio Bremen hat ständigen Kontakt mit den Lehrern, von denen etwa 60 % der Schulfunksendungen geschrieben werden.

Auch bei der „Berliner Schulfunkstunde" und beim RIAS ist die Zusammenarbeit mit Schülern und Lehrern sehr eng. Der „Beirat für Funkmedien" (Schulfernsehausschuß), dessen Mitglieder vom Senator für Schulwesen in Berlin berufen werden, tagt regelmäßig. Er setzt sich zusammen aus Vertretern der verschiedenen Schularten, der beteiligten Ressorts des Senators für Schulwesen, der Hochschulen, der Landeszentrale für politische Bildung, des pädagogischen Zentrums und der Landesbildstelle Berlin. Auch der Schulfunkbeirat des SR besteht aus Mitgliedern, die vom Kultusministerium ernannt werden. Intensive Kontakte zu Lehrer- und Schülergruppen sowie ein Austausch mit den für die Curriculum-Entwicklung zuständigen Fachleuten an den Kultusministerien bestehen beim SDR. Beim WDR vollzieht sich die Kooperation zwischen Schulfunk und Kultusministerium im wesentlichen im Schulfunk-Programmbeirat, der ausschließlich beratende Funktion hat. Die Redaktion unterhält ständige Verbindung mit den Schulaufsichtsbehörden und den Lehrern.

Das Programm des Bayerischen *Schulfernsehens* wird weder finanziell noch inhaltlich vom Bayerischen Staatsministerium für Unterricht und Kultus bestimmt [54]). Die Zusammenarbeit zwischen beiden Institutionen ist durch die beratende Funktion des Vertreters des Staatsministeriums im Programmbeirat gekennzeichnet. Dieser Beirat setzt sich aus Vertretern des Kultusministeriums, der Lehrerverbände, der Erziehungswissenschaftlichen Fakultät der Universität München sowie aus Schulpraktikern zusammen. Ferner gehört der Leiter des Schulfunks ständig dem Beirat an. Zur Lehrerfortbildung hat der BR einen Staatsvertrag mit dem Bayerischen Staatsministerium für Unterricht und Kultus abgeschlossen, um im Verlauf eines jeden Schuljahres 39 Sendungen „Lehrerkolleg" auszustrahlen. Das Schulfernsehen Südwest 3 ist in einer Verwaltungsvereinbarung zwischen den Kultusministern von Baden-Württemberg, Rheinland-Pfalz und des Saarlandes und den Intendanten des SR, SDR und SWF verankert. Oberstes Gremium ist die sogenannte Kontaktkommission der Kultusminister und Intendanten, die über die zu entwickelnden Projekte entscheiden. Sie setzt sich aus Vertretern der drei Kultusministerien, der drei Rundfunkanstalten und einem Vertreter des Deutschen Instituts für Fernstudien zusammen. Die Produktion der Sendungen erfolgt durch die Rundfunkanstalten.

Für das Norddeutsche Schulfernsehen (NDR/RB) besteht seit dem 1. Juli 1971 ein Schulfernsehvertrag zwischen den vier Ländern Bremen, Hamburg, Niedersachsen, Schleswig-Holstein und dem Norddeutschen Rundfunk und Radio Bremen. Die Zusammenarbeit dieser Institutionen erfolgt in einem Schulfernsehbeirat, dem je zwei Vertreter der Kultusministerien und grundsätzlich die Intendanten der beiden Anstalten angehören. Fachkommissionen aus Lehrern und Fachleuten der Behörden sind ein weiterer Ort der Zusammenarbeit.

---

[52]) Werner Nowak: Schulfernsehen, a. a. O. (Anm. 49), S. 37

[53]) Einzelheiten über die Zusammenarbeit zwischen den einzelnen Ländern und Rundfunkanstalten auf dem Gebiet des Schulfernsehens können einer im Auftrag des Unterausschusses „Medienpädagogik und Bildungstechnologie" des Schulausschusses der Kultusministerkonferenz von Prof. Dr. Tulodziecki ausgearbeiteten Darstellung zur Planung und Herstellung von Schulfernsehsendereihen in der Bundesrepublik Deutschland entnommen werden.

[54]) Siehe ergänzend dazu die Verpflichtung des Bayerischen Rundfunks, bei den Sendungen die für die Schulen gültigen Lehr- und Bildungspläne zu beachten, Artikel 4, Abs. 2, 6 des Gesetzes über die Errichtung und die Aufgaben einer Anstalt öffentlichen Rechts „Der Bayerische Rundfunk" in der Fassung von 1973.

Auch die Arbeit des Westdeutschen Schulfernsehens basiert auf einer Vereinbarung zwischen der Landesregierung Nordrhein-Westfalen und dem WDR. Dieser Vertrag sieht die Einsetzung eines Schulfernsehbeirats vor. Der Sender Freies Berlin ist aufgrund eines Vertrages mit dem Land Berlin für die Planung, Gestaltung und Ausstrahlung des Schulfernfehprogramms zuständig. Der Schulbeirat, den der Senator für Schulwesen nach Anhörung und im Einvernehmen mit dem SFB aus Vertretern der Schulzweige, Lehrerausbildungsstätten und aus anderen öffentlichen Einrichtungen beruft, hat beratende Funktion. Das Schulfernsehen des SFB arbeitet ständig eng mit der Landesbildstelle Berlin, einer Einrichtung des Senators für Schulwesen, zusammen.

Der Sender produziert die Schulfernsehsendungen und strahlt sie aus. Die Landesbildstelle produziert die übrigen Materialien (Lehrerhefte, Textsammlungen, Arbeitsblätter, Dias, Folien) und verteilt sie an die Schulen.

Das Schulfernsehen Hessen ist eine Gemeinschaftsarbeit des Hessischen Rundfunks und des Hessischen Kultusministeriums. Die Rundfunkanstalt ist für Produktion und Ausstrahlung zuständig, das Ministerium für die Herstellung und Bereitstellung des Begleitmaterials.

2.3.3 Begleitmaterial

Zu einem Großteil der Schulfunksendungen wird im Auftrag der Schulfunkredaktionen schriftliches Begleitmaterial erstellt. Es enthält Hintergrund- und Anschauungsmaterial zu den einzelnen Sendungen, Inhaltsangaben, Auswertungsvorschläge und weist den Bezug zu den Richtlinien nach. Nach Aussagen der Lehrer sind diese Begleitmaterialien außerordentlich nützlich.

Das Begleitmaterial, das von den Schulen im Zusammenhang mit dem Schulfernsehen eingesetzt werden soll, wird in den Sendegebieten des Schulfernsehens Berlin, des Hessischen und Südwestdeutschen Fernsehens von den Schulträgern bzw. den Ländern, den Schulen kostenlos zur Verfügung gestellt. Die Kosten für das Druckwerk der Medienverbundsysteme des Norddeutschen Schulfernsehens werden im Rahmen der gesetzlichen Bestimmungen über Lehr- und Lernmittel aufgebracht. In Nordrhein-Westfalen wird das Lehrerbegleitmaterial in der monatlich erscheinenden Zeitschrift „Praxis Schulfernsehen" von der Verlagsgesellschaft Schulfernsehen publiziert; das Arbeitsmaterial für die Hand des Schülers erscheint bei verschiedenen Verlagen. Die Schulen in NRW können für die Beschaffung der Arbeitsmittel Gelder nach dem Lernmittelfreiheitsgesetz in Anspruch nehmen. In Bayern erscheint das Heft „Schulfernsehen" monatlich mit Materialien für die Hand des Lehrers.

2.3.4 Regelung der Mitschnitte

Schulfunk- und *Schulfernseh*sendungen dürfen von den Schulen für Unterrichtszwecke mitgeschnitten werden. Nach den urheberrechtlichen Bestimmungen können sie jeweils bis Schuljahresende konserviert und genutzt, sie müssen dann gelöscht werden (Urheberrechtsschutzgesetz § 47). Außerdem stellen die audiovisuellen Zentren (Landesbildstellen, Stadt- und Kreisbildstellen) Mitschnitte her, die von den Schulen angefordert werden können. Die Schulen des S 3-Bereichs können aufgrund eines Vertrages zwischen den Sendeanstalten SDR, SWF und SR und den Kultusministerien Mitschnitte von Schulfernsehsendungen unbegrenzt einsetzen und aufbewahren.

3 Telekolleg

Während sich Schulfunk und Schulfernsehen vorwiegend an den schulischen Bereich richten, ist es Aufgabe des Telekollegs, das „Fernsehen als neuartiges Unterrichtsmaterial in Verbindung mit Methoden des Fernunterrichts zur Erschließung von Begabungsreserven und zur Förderung des sozialen Aufstiegs aller Bürger allgemein nutzbar" [55]) zu machen.

Telekolleg I vermittelt in sechs Trimestern den gesamten Lehrstoff der Berufsaufbauschulen mit dem Abschluß der Fachschulreife (Mittlere Reife). Telekolleg II baut auf Telekolleg I auf und führt die Teilnehmer in ebenfalls sechs Trimestern zur Fachhochschulreife.

Telekolleg ist ein Mehrmediensystem: Durch das Fernsehen wird der Grundriß des Lehrstoffs vermittelt. Schriftliches Studienmaterial dient dem vertiefenden Selbstlernen, es vermittelt zusätzliches Wissen und leitet zu Übungen und Kontrollen an. Kollegtage, durchgeführt mit Lehrern der Fachschulen und Fachhochschulen und durch die Volkshochschulen, geben Gelegenheit zur Lernberatung. Sie bereinigen im Direktkontakt Lernschwierigkeiten.

Das Telekolleg wurde vom Bayerischen Rundfunk in organisatorischer Kooperation mit dem Bayerischen Kultusministerium konzipiert und am 2. Januar 1967 zum ersten Mal im Rahmen des Bayerischen Studienprogramms ausgestrahlt. Im April 1969 übernahmen unter Geschäftsführung des SWF auch die Länder Baden-Württemberg, Rheinland-Pfalz und das Saarland das Telekolleg I, der Hessische Rundfunk, die Rundfunkanstalten in Österreich und in der Schweiz strahlten Teile des Lehrgangs aus. Nordrhein-Westfalen hat im Herbst 1976 mit dem Telekolleg I begonnen.

Telekolleg I führte 1967 bis 1973 vier Lehrgänge in Bayern durch. 4 567 Teilnehmer erhielten in diesem Zeitraum in Bayern über das Telekolleg die Fachschulreife, in Baden-Württemberg, Rheinland-Pfalz und dem Saarland waren es zusammen 4 325. Damit haben im süddeutschen Raum über das Telekolleg insgesamt 8 892 Personen staatliche Fachschulreifezeugnisse erlangt. Der erste Lehrgang wurde von 24,6 % der Teilnehmer erfolgreich abgeschlossen, der zweite Lehrgang von 31,9 %, der dritte von 37,8 % und der vierte von 45,8 %. In den Jahren 1973 wurde Telekolleg I nicht ausgestrahlt. Die

[55]) Präambel des Vertrags vom 4. November 1966 zwischen Bayerischem Rundfunk und Bayerischem Staatsministerium für Unterricht und Kultus.

Sendungen wurden jedoch als anerkannter privater Fernsehlehrgang von Abendschulen, Bildungswerken und Volkshochschulen mit Erfolg angeboten. Ab Herbst 1976 nahm man wieder die Ausstrahlung des überarbeiteten Telekollegs I auf.

Telekolleg II wurde in gemeinsamer Arbeit von mehreren Bundesländern und Rundfunkanstalten [56]) als kooperative Unternehmung realisiert und erstmals im September 1972 in Bayern, Baden-Württemberg, Rheinland-Pfalz und dem Saarland ausgestrahlt. In zwei Lehrgängen haben 2 552 Teilnehmer die Fachhochschulreifeprüfung bestanden (1. Lehrgang 36 %, 2. Lehrgang 45,4 % erfolgreiche Abschlüsse). 1972 startete in Bayern auch das Telekolleg für Erzieher. Es war der Versuch, in einem außerschulischen Bildungsprogramm zum Beruf des Erziehers zu führen. In die Planungen wurden Teile des Telekollegs II, eigens für diesen Zweck hergestellte Hörfunksendungen sowie Direktunterricht an Fachakademien für Sozialpädagogik und Kollegtage einbezogen. Von insgesamt 1 734 Teilnehmern legten 929 erfolgreich die Abschlußprüfung ab (53,6 %). Dieses Telekolleg für Erzieher wurde eingestellt, weil inzwischen ein Überhang für diesen Berufszweig bestand.

4 Fernstudium im Medienverbund

Die Bemühungen um die Einführung des Fernstudiums im Medienverbund [57]) im Hochschulbereich reichen bis in die 60er Jahre zurück. Die Gründung des Deutschen Instituts für Fernstudien an der Universität Tübingen (DIFF) im Jahre 1967 stellte einen ersten wichtigen Ausgangspunkt dafür her.

Das Funkkolleg ist das am längsten bestehende Projekt zur Erprobung des Fernstudiums. Im Gegensatz zu dem fast gleichzeitig entstandenen Telekolleg (vgl. S. 233 f.) basiert das Funkkolleg auf dem Hörfunk. Beide haben für den Zugang zur Universität Bedeutung, doch geht das Funkkolleg über das Telekolleg insoweit hinaus, als einige Fachbereiche an Hochschulen dazu übergegangen sind, ein im Funkkolleg erworbenes Zertifikat auf die zu erbringenden Leistungen für eine Universitätsprüfung (Zwischenprüfung, teilweise auch Diplom- und Magisterprüfung) anzurechnen. Der 1974 gestartete „Versuch für das Fernstudium im Medienverbund", der das Fernsehen mit einbezieht (vgl. S. 239 f.), beschränkt sich auf vier Projekte, von denen das Projekt „Mathematik" im Medienverbund mit dem Fernsehen durchgeführt wird.

4.1 Funkkolleg (Fernstudium im Verbund mit dem Hörfunk)

Das Funkkolleg [58]) stellt eine Form der wissenschaftlichen Weiterbildung dar, die sowohl der Ergänzung und Auffrischung abgeschlossener Studien, als auch der Bereicherung des Erststudiums und der Vorbereitung auf eine Begabtenprüfung zur Zulassung zum Studium dient.

Die erfolgreiche Teilnahme an einem Funkkolleg wird durch ein Zertifikat bestätigt, das die Kultusministerien der Länder ausstellen. Dieses Zertifikat wird Teilnehmern, die die Zulassung zu einem Hochschulstudium ohne Reifezeugnis anstreben, als eines der beiden Gutachten anerkannt, die für die Zulassung zur „Begabtenprüfung" erforderlich sind. Für Studierende mit dem Ziel der ersten wissenschaftlichen Staatsprüfung für Lehrämter kann — je nach der Regelung an der einzelnen Hochschule und je nach Thema des Funkkollegs — ein im Funkkolleg erworbenes Zertifikat als Studienleistung im jeweiligen Prüfungsfach angerechnet werden. Als Nachweis erbrachter Fortbildung kann das Zertifikat auf Antrag zu den Personalakten der Lehrer aller Schularten genommen werden.

Das Funkkolleg, ein Medienverbund aus Hörfunk, Studienbegleitbriefen, Begleitkursen und Prüfungen, wird derzeit gemeinsam von den vier südwestdeutschen Sendeanstalten SWF, SR, SDR, HR, von RB und dem WDR, dem DIFF, Fachwissenschaftlern, Vertretern der Kultusverwaltungen und der Volkshochschullandesverbände sowie Vertretern der Landesrektorenkonferenzen der beteiligten Länder entwickelt und durchgeführt. Seit dem Funkkolleg „Sozialer Wandel" ist auch die Schweiz mit der Schweizer Rundspruchgesellschaft und ihren 14 deutsprachigen Kantonen beteiligt.

Es besteht eine klare Teilung der Verantwortung, der Funktionen und Kosten bei gleichzeitiger Sicherung der notwendigen übergreifenden Planung innerhalb des Institutionsverbundes. Das bei den Funkkollegs angewandte Modell geht einen pragmatischen Weg der Zusammenarbeit der verschiedenen Partner. Obgleich es keine feste institutionelle Form gibt, ist die Realisierung des Funkkollegs und der erforderlichen Arbeitsteilung nunmehr nahezu zehn Jahre lang gelungen. Die Arbeitsteilung richtet sich dabei nach der Verantwortung des jeweili-

---

[56]) Für die Realisierung wurde der Arbeitskreis „Telekolleg" gegründet. In ihm sind zur Zeit vertreten die Kultusministerien der Länder Bayern, Baden-Württemberg, Rheinland-Pfalz, Saarland, Nordrhein-Westfalen, die Rundfunkanstalten BR, SWF, WDR, die TR-Verlagsunion sowie wissenschaftliche Berater. Ausländische Beobachter sind die Schweizerische Radio- und Fernsehgesellschaft und die Erziehungsdirektorenkonferenz Schweiz, der Österreichische Rundfunk und das Österreichische Kultusministerium.
Telekolleg I bietet folgende Fächer: Pflichtfächer: Deutsch, Englisch, Mathematik, Physik, Chemie, Geschichte und Sozialkunde; Wahlpflichtfächer: Technisches Zeichnen, Volkswirtschaft und Rechnungswesen, Biologie.
Telekolleg II: Deutsch, Englisch, Mathematik, Physik, Wirtschaftsgeographie, Geschichte, Sozialkunde, Chemie, Biologie, Technologie, Volks- und Betriebswirtschaftslehre.

[57]) Vgl. dazu auch Deutsches Institut für Fernstudien an der Universität Tübingen (Hrsg.): Versuch für das Fernstudium im Medienverbund, Zwischenbericht 1974 bis 1976. Tübingen 1977 (als Manuskript gedruckt).

[58]) Vgl. dazu Forschungsgruppe des Deutschen Instituts für Fernstudien an der Universität Tübingen (Hrsg.): Forschungsreport Funkkolleg — Modell V und VI. Weinheim und Basel 1975 (= Tübinger Beiträge zum Fernstudium, Band 8).

gen Partners für das Medium bzw. die Funktion, die er in den Verbund einbringt. Die Rundfunkanstalten produzieren und verantworten die Hörfunksendungen, das DIFF die Studienbegleitbriefe, die Volkshochschullandesverbände und die einzelnen Volkshochschulen die Studienbegleitzirkel, die Kultusverwaltungen die Prüfungen, die wissenschaftlichen Hochschulen sind durch Sprecher der Landesrektorenkonferenzen in der Planungskommission vertreten. Für die Anerkennung der Funkkolleg-Zertifikate im Erststudium sind die Hochschulen zuständig [59]).

Ein für jedes Funkkolleg gebildetes Team aus Fachwissenschaftlern hat die wissenschaftliche Leitung.

4.2 „Versuch für das Fernstudium im Medienverbund" (FIM-Versuch)

Nach dem vergeblichen Versuch, einen Staatsvertrag über das Fernstudium abzuschließen, schlossen die Ministerpräsidenten der Länder der Bundesrepublik Deutschland am 14. Februar 1974 ein Verwaltungsabkommen über die Organisation und Durchführung eines Versuchs für das Fernstudium im Medienverbund in ausgewählten Studiengängen an Präsenzhochschulen (FIM-Versuch). Ziel des Versuchs, der vorerst bis 31. Dezember 1979 begrenzt sein soll, ist es, in einem zeitlich und gegenständlich begrenzten Rahmen durch die Entwicklung und Erprobung von Fernstudieneinheiten in einigen ausgewählten Studiengängen Aufschluß und empirisch gesicherte Entscheidungsunterlagen über die zweckmäßige Gestaltung eines Fernstudiums im Medienverbund zu gewinnen. In diesem Versuch werden Studieneinheiten für das 1. Studienjahr in den Fächern Biologie, Elektrotechnik, Mathematik und Psychologie entwickelt und erprobt. Von den vier Projekten wird das Projekt Mathematik im Medienverbund mit dem Fernsehen (ZDF) durchgeführt, um in diesem Projekt die Möglichkeiten einer Beteiligung des Fernsehens im Fernstudium zu erproben. Das Fernstudium, während dessen die Studenten an einer Universität immatrikuliert sind, gliedert sich in Fern- und Präsenzphase. Die Hochschule führt die Präsenzphase durch und übernimmt die Studenten in den nachfolgenden Studienabschnitt, der als Direktstudium, beginnend mit dem 3. Semester, fortgesetzt wird. Bei den Fächern Biologie und Psychologie handelt es sich um Fächer mit Zulassungsbeschränkung. Für die Dauer des Versuchs soll die Zahl der Studienplätze bei den teilnehmenden Fachbereichen nicht erhöht werden. Es wird angestrebt, daß in jedem Fach zehn Hochschulen mit je 30 Studenten an der Durchführung des Versuchs teilnehmen (insgesamt 1 200 Studenten). Es zeichnet sich jetzt jedoch bereits ab, daß diese Zahl nicht erreicht werden wird. Es ist noch offen, welche Konsequenzen hieraus gezogen werden müssen. Der Versuch wird seit dem 1. Januar 1977 finanziell zu je 50 Prozent gemeinsam von Bund und Ländern getragen. Die haushaltsmäßige Abwicklung liegt beim Land Baden-Württemberg. Aufgrund eines Beschlusses des Ausschusses „Innovationen im Bildungswesen" der Bund-Länder-Kommission für Bildungsplanung und Forschungsförderung vom 1. und 2. Dezember 1976 hat der Bund sich an der Finanzierung der ersten Entwicklungs- und Erprobungsphase in der Zeit vom 1. Januar bis 31. Dezember 1977 mit einem Betrag von 3,5 Millionen DM beteiligt. Für 1978 ist eine Bundeszuwendung in Höhe von 5,8 Millionen DM vorgesehen. Zusätzlich sollen noch Restmittel aus 1977 in Anspruch genommen werden, um die Durchführung des Versuchs im Wintersemester 1978/79 und im Sommersemester 1979 zu gewährleisten.

Um für den Versuch keine neuen Institutionen schaffen zu müssen, haben die Ministerpräsidenten der Bundesländer zusammen mit dem Verwaltungsabkommen einen Geschäftsbesorgungsvertrag mit dem DIFF abgeschlossen. Auf diese Weise wurde es möglich, die beim DIFF vorhandenen Erfahrungen auf dem Gebiet der Mediendidaktik und der Organisation sowie seine Verwaltungskapazität für den Fernstudienversuch nutzbar zu machen.

Für das Projekt Mathematik, das im Medienverbund mit dem Fernsehen durchgeführt wird, wurde am 29. November 1976 zwischen dem ZDF und dem federführenden Land Rheinland-Pfalz ein Vertrag über die Entwicklung und Produktion von 64 ca. halbstündigen Fernsehsendungen zum Grundstudium Mathematik unterzeichnet, deren überwiegende Finanzierung aus Modellversuchsmitteln des Bundes und der Länder erfolgt. Es ist vorgesehen, mit der Ausstrahlung der Sendungen im Rahmen der Durchführung des Versuchs ab Wintersemester 1978/79 zu beginnen. In diesem Projekt wurden Vorleistungen des ZDF aus den letzten Jahren genutzt. So hat das ZDF — nach ersten, 1969 hergestellten Pilot-Sendungen — 1970 bis 1972 mit einem Kostenaufwand von 1 Million DM pro Jahr Testprogramme für das damals noch im Stadium der Planung befindliche Fernstudium im Medienverbund hergestellt, zum Teil ausgestrahlt und an Universitäten getestet [60]).

Beigegeben waren den Testsendungen Studienbriefe des DIFF. Als im Laufe des Jahres 1972 erkennbar wurde, daß sich die Errichtung eines Fernstudiums im Medienverbund durch einen Staatsvertrag verzögern würde, stellte das ZDF Planung und Produktion auf die neue Situation um und begann mit der

[59]) ebenda, S. 16

[60]) Es handelt sich um die Testproduktion „Thermodynamik für Chemiker" (4 × 30'), „Mathematik — Integralrechnung" (13 × 30'), das Lehrpaket „Integralrechnung" (3 × 30'), von denen die beiden ersten jeweils einmal wiederholt wurden.
Aus der Planungs- und Produktionsphase des ZDF seit 1972 (mit einem Kostenaufwand von 1 Million DM jährlich) stammen folgende Programme „Studienprogramm Physik — Einführung in die Denkweise der Physik" (13 × 30', Ausstrahlung 1974) „ABC der Physik" (13 × 30', Ausstrahlung 1976 und 1977), „Studienprogramm Chemie I" (13 × 30', Ausstrahlung 1975 und 1976), „Studienprogramm Chemie II" (13 × 30', Ausstrahlung 1977), „Studienprogramm Mathematik — Statistik im Medienverbund" (15 × 30', Ausstrahlung 1976 und 1977), „Mathematik und Experiment" (9 × 30', Ausstrahlung 1976), „Messen mit Massen — Masse zum Messen — Das internationale Einheitssystem SI —" (8 × 30', Ausstrahlung März bis Mai 1978).

Erarbeitung von Studienprogrammen, die dem Bereich Weiterbildung zuzuordnen sind (im Unterschied zu den Testsendungen für ein Fernstudium im Medienverbund, die für den tertiären Bildungsbereich konzipiert waren). Diese Programme wurden so angelegt, daß sie zusammen mit schriftlichem Lernmaterial insbesondere für die Lehrerfortbildung geeignet waren. Darüber hinaus sollten die Sendungen — unabhängig von schriftlichem Lernmaterial — auch für sonstige Zuschauer interessant sein. Im Vergleich zu den allgemeinen Bildungssendungen im ZDF-Programm handelt es sich bei den Studienprogrammen um Veranstaltungen, die den Ausbildungsprogrammen zuzurechnen sind. Auch die Rundfunkanstalten der ARD haben verschiedene Fernstudienbausteine, die aus Fernsehsendungen und schriftlichem Begleitmaterial bestehen, produziert und z. T. bereits ausgestrahlt [61]).

4.3 Fernuniversität Hagen

Die am 4. Oktober 1975 eröffnete Fernuniversität Hagen des Landes NRW hat im Errichtungsgesetz vom 25. November 1974 den Auftrag erhalten, mit Rundfunk und Fernsehen zusammenzuarbeiten [62]). Die Fernuniversität, an der gegenwärtig rund 11 000 Studenten eingeschrieben sind, ist bemüht, die Möglichkeiten der Nutzung von Rundfunk und Fernsehen durch Gespräche und Verhandlungen auf unterschiedlichen Ebenen und die Realisierungschancen im einzelnen zu testen. Es ist noch offen, wann und in welcher Form eine solche Zusammenarbeit realisiert werden kann.

5 Modellversuche zum Medienverbundangebot für Erwachsene mit Unterstützung des BMBW

Die wachsende Zahl der Medienverbundangebote für Erwachsene hat bei allen Beteiligten zu steigendem Interesse an mediendidaktischen Fragen und an der Verbesserung der Zusammenarbeit zwischen verschiedenen Partnern geführt. Nachdem bereits eine große Zahl wissenschaftlicher Untersuchungen und wissenschaftlicher Begleitungen für Medienverbundprogramme in öffentlicher und privater Initiative durchgeführt worden waren, hat das Bundesministerium für Bildung und Wissenschaft in den letzten Jahren versucht, Möglichkeiten der methodisch didaktischen Nutzung von Bildungsprogrammen der Rundfunk- und Fernsehanstalten in Kursveranstaltungen der Weiterbildung intensiver abzuklären. Mit der Durchführung von nachstehenden Modellversuchen wurde das Adolf-Grimme-Institut des Deutschen Volkshochschulverbandes beauftragt, das sich als zentrale Dienstleistungs- und Forschungseinrichtung im Bereich der Rundfunk- und Fernsehmedien versteht:

5.1 „Soziales Lernen im Medienverbund"

In diesem Vorhaben wurde versucht, die Faktoren zu erfassen, die Erfolg oder Mißerfolg von Medienverbundprojekten im Bereich des sozialen Lernens bestimmen. Das Projekt wurde in Zusammenarbeit mit dem Zweiten Deutschen Fernsehen durchgeführt. Der Abschlußbericht wurde beim Verlag Volker Spiess, Berlin, 1976 veröffentlicht.

5.2 „Erziehen ist nicht kinderleicht"

Aufbauend auf den wissenschaftlichen Ergebnissen des Projektes „Soziales Lernen im Medienverbund" wurde versucht, die dort aufgestellten Forderungen in die Praxis umzusetzen. Die Zusammenarbeit mit dem Hessischen Rundfunk und dem Norddeutschen Rundfunk begann bereits in der Phase der Konzeption [63]).

5.3 „Medienverbund Englisch"

Das Medienverbundprojekt „Englisch" besteht in Zusammenarbeit des Dritten Fernsehprogramms der ARD und der BBC, dem Europarat mit seinem Rat für kulturelle Zusammenarbeit (CCC) sowie dem Deutschen Volkshochschulverband mit seiner Pädagogischen Arbeitsstelle und seinem Adolf-Grimme-Institut. Die Mitarbeit des Österreichischen Rundfunks (ORF) und des Schweizer Fernsehens (SRG) ist vorgesehen [64]).

---

[61]) „Organisation für alle Führungskräfte in Wirtschaft und Verwaltung" (SWF 1977, Begleitmaterial 224 Seiten, Sendungen 13 × 30', Farbe); „Reden und Reden lassen — Rhetorische Kommunikation" (SWF 1975, Begleitmaterial 250 Seiten, Sendungen 13 × 30', Farbe); „Wie entscheide ich mich, Entscheidungen im sozialen Bereich, Kurs im Medienverbund" (WDR 1975, Begleitmaterial 216 Seiten, Sendungen 10 × 30', Farbe); „Diagnose sozialen Verhaltens" (WDR 1973/74, Begleitmaterial 324 Seiten, Sendungen 16 × 30', schwarz-weiß); „Einführung in die elektronische Datenverarbeitung" (SWF 1970, Begleitmaterial 300 Seiten und Glossar, Sendungen 26 × 30', schwarz-weiß).

[62]) Vgl. Johannes Rau: Die neue Fernuniversität. Ihre Zielsetzung, ihr Aufbau und ihre geplante Arbeitsweise. Düsseldorf und Wien 1974.

[63]) Die Kursleiter wurden auf Einführungsveranstaltungen mit den Sendungen vor der Ausstrahlung bekannt gemacht. Gleichzeitig wurden methodisch-didaktische Handreichungen für eine Durchführung der Begleitkurse hergestellt. Insgesamt liefen rd. 600 Kurse in Berlin, Hamburg, Bremen, Hessen, Niedersachsen und Nordrhein-Westfalen.

[64]) Der Medienverbundkurs „Follow Me" besteht aus einem Fernsehkurs mit 70 Sekunden von je 15 Minuten, der zeitlich parallel von allen Dritten Programmen der ARD ausgestrahlt wird, sowie einem Hörfunksprachkurs. Die Volkshochschulen werden dazu Begleitkurse anbieten. Schriftliches Material für Teilnehmer am Begleitkurs und für Zuschauer/Hörer, die allein mit Hilfe des Fernsehens/Hörfunks Englisch lernen wollen, sind in Vorbereitung. Tonkassetten und/oder Schallplatten, Bildfolien, Dias ergänzen das Angebot. Die „offene" Medienkombination soll eine vielfältige Nutzung sowohl bei der öffentlichen Ausstrahlung als auch bei sendeunabhängiger Verwendung gewährleisten.
Grundlagen sind das Volkshochschul-Zertifikat des Deutschen Volkshochschulverbandes und der Threshold-Level for English, der von einer Expertengruppe des Europarats für alle Mitgliedsländer entwickelt wurde. Zum ersten Mal wird ein Fernseh/Hörfunk-Sprachkurs mit den sprachlichen Inhalten eines Zerti-

Zur beruflichen Bildung sind vom Bundesministerium für Bildung und Wissenschaft und dem jeweiligen Sitzland mehrere Vorhaben gefördert worden:

— Modellversuch „Einsatz von Lehrsendungen und Studienmaterial vom Telekolleg II im Unterricht der Staatlichen Fachoberschule München" (Laufzeit 1974 bis 1975).

— Modellversuch „Erprobung der Lehrsendungen und des schriftlichen Studienmaterials des Technischen Kurses II im Unterricht der Fachoberschule mit dem Ziel, den Lernerfolg zu steigern, Interesse und Lernmotivation anzuregen und die Lehrer zu entlasten". Der Versuch wurde an der Staatlichen Fachoberschule in Altötting vom 1. April 1973 bis 30. Juni 1974 mit einer wissenschaftlichen Begleitung durchgeführt.

— Modellversuch „Weiterentwicklung des Hessischen Berufsschul-Fernsehens". Der Versuch ist an der Kaufmännischen Berufsschule in Frankfurt vom 1. Januar 1972 bis 30. Juni 1975 durchgeführt worden.

— Modellversuch „Grundkurs für Fach- und Betriebswirte, Lehrgang im Medienverbund" des Bayerischen Rundfunks in München. Die Aufgabe des Kurses, der seit 1975 im Medienverbund angeboten wird, ist es, eine gemeinsame Fachstufe und somit in allen Branchen Fachwirten ein gemeinsames Grundwissen zu vermitteln.

— Modellversuch „Produktion und Ausstrahlung der differenzierten Fachstufe des Berufsausbildungsprogramms Tele-Beruf" des Bayerischen Rundfunks in München. In unmittelbarem Zusammenhang mit diesem Versuch, der von 1973 bis 1974 lief, wurde der Modellversuch „Begleitseminare zu Tele-Beruf (Fachstufe), Lehrprogramm für Auszubildende im Medienverbund" des Berufsfortbildungswerks des DGB Bayern gefördert.

fikats des Deutschen Volkshochschulverbandes gestaltet.
Die Prüfungszentrale der Pädagogischen Arbeitsstelle des Deutschen Volkshochschulverbandes veranstaltet Prüfungen (schriftliche und mündliche Tests) und gibt Leistungsnachweise aus an Teilnehmer des Begleitunterrichts sowie an Zuschauer/Hörer, die sich ihre Kenntnisse im Selbststudium erworben und durch Prüfungen nachgewiesen haben.
Im Rahmen eines Projektauftrages des Bundesministeriums für Bildung und Wissenschaft wird der Deutsche Volkshochschulverband die wissenschaftliche Begleitung des Gesamtprojekts vornehmen, eine Politeinheit der Fernsehsendereihe in ausgewählten Volkshochschulen und bei Zuschauern testen und die beteiligten Rundfunkanstalten mediendidaktisch beraten.

D. Neue Kommunikationstechnologien

I. Medienpolitisch bedeutsame technische Entwicklungen

1 Diskussion über Veränderungen der Medienstruktur

Die medienpolitische Diskussion wird in steigendem Maße durch technische Entwicklungen auf dem Gebiet der Informationsverarbeitung und Kommunikation beeinflußt. Die Kommission für den Ausbau des technischen Kommunikationssystems (KtK) hat im Auftrag der Bundesregierung das umfangreiche Problemfeld neuer Kommunikationstechnologien unter den verschiedenen Gesichtspunkten der Bedürfnisstruktur, der Technik, der Organisation und der Finanzierung bearbeitet und im Januar 1976 in ihrem Telekommunikationsbericht Vorschläge zum Ausbau des technischen Kommunikationssystems unterbreitet.

Die Bundesregierung hat ihre Vorstellungen zum weiteren Ausbau des technischen Kommunikationssystems am 14. Juli 1976 veröffentlicht [1]). Sie sieht in den Entscheidungen über den Ausbau des technischen Kommunikationssystems nicht nur wirtschaftliche, sondern auch politische Weichenstellungen, die für die Bewahrung und Verbesserung von Meinungsvielfalt und Informationsfreiheit in der Bundesrepublik Deutschland bedeutsam sind und die weitere Entwicklung der freiheitlichen Demokratie entscheidend beeinflussen können. Deshalb ist während des gesamten Entscheidungsprozesses darauf zu achten, daß die Informations- und Meinungsvielfalt, der intermediäre und intramediäre Wettbewerb und die Unabhängigkeit der publizistischen Medien vom Staat bzw. von einzelnen gesellschaftlichen Gruppen gestärkt werden oder zumindest voll gewahrt bleiben.

Bund und Länder haben daher schon baldmöglichst die medienpolitischen Schlußfolgerungen insbesondere im Hinblick auf die Massenmedien zu ziehen und die erforderlichen Uberlegungen im Rahmen einer noch zu schaffenden Gesamtkonzeption anzustellen. Die Bundesregierung läßt sich hierbei von dem Gedanken leiten, daß in der künftigen Entwicklung der Telekommunikation die Chance liegt, die Freiheit der Information und der Meinungsäußerung zu sichern und die publizistische Vielfalt zu vergrößern; dies setzt jedoch voraus, daß die publizistisch und wirtschaftlich ausgewogene Entwicklung zwischen dem öffentlich-rechtlichen Rundfunk und der privatwirtschaftlich strukturierten Presse auch künftig erhalten bleibt und die Presse die Möglichkeit erhält, im Interesse einer unbeeinträchtig-

[1]) Bundesministerium für das Post- und Fernmeldewesen (Hrsg.): Vorstellungen der Bundesregierung zum weiteren Ausbau des technischen Kommunikationssystems. Bonn, 14. Juli 1976.

ten Funktionsfähigkeit an den technischen Innovationen in pressespezifischer Weise teilzuhaben.

Im Mittelpunkt der Erörterungen über zukünftige kommunikative Entwicklungen stehen neue Telekommunikationsformen in Breitbandnetzen, die sogenannte „Kabelkommunikation".

Kabelkommunikation birgt die zunächst technische Möglichkeit einer Vielzahl zusätzlicher Informationen und Programme — auch im lokalen Bereich —, aber auch die Möglichkeit des Dialogs des Teilnehmers über einen „Rückkanal" mit der Sendezentrale, Veranstaltern oder einem anderen Teilnehmer. Die neuen Kommunikationstechniken eröffnen ferner neue Möglichkeiten im Verwaltungs- und Dienstleistungsbereich.

Die Erörterung konzentriert sich auf

— die zunehmende Bedeutung der Produktion, Verarbeitung, Nutzung und Weitergabe von Informationen für die zukünftige Entwicklung unserer Gesellschaft,

— die Verstärkung der Bedeutung von Zielgruppenprogrammen und der Individualkommunikation,

— das Vordringen elektronischer Kommunikationsformen (auch in die Dokumentation) und die damit wachsende „Entmaterialisierung" der Information,

— die starke Erweiterung der Kapazitäten zur Sammlung, Speicherung, Auswahl, Aufbereitung und Verbreitung von Informationen,

— Einfluß auf Funktion, Position und Wettbewerbsfähigkeit der Medien in ihrer traditionellen Ausgestaltung (Presse, Rundfunk und Film),

— mediale Abgrenzungs- und Definitionsschwierigkeiten,

— die Frage der Werbung.

Die Bundesregierung ist sich der Problematik bewußt, die sich aus der vorgenannten Diskussion ergibt; diese Diskussion steckt noch in den Anfängen.

2 Pilotprojekte für Breitband-Kabelkommunikation

Entsprechend den Empfehlungen der KtK sollen Pilotprojekte für Breitband-Kabelkommunikation durchgeführt werden. Anzahl, Ort und Trägerschaft der Pilotprojekte, deren Versuchsanordnung und Angebot der Informationsinhalte sind von den Ministerpräsidenten der Länder auf ihrer Sitzung am 10./11. Mai 1978 beraten worden.

Am 12. Mai 1978 kamen die Ministerpräsidenten der Länder auf der Sitzung mit dem Bundeskanzler zu folgendem Ergebnis:

1. Die Regierungschefs der Länder weisen auf ihren folgenden Beschluß hin:

   Die Länder der Bundesrepublik Deutschland betrachten die einheitliche Grundstruktur des Rundfunkwesens in der Bundesrepublik Deutschland als ein wertvolles Gut. Die Ministerpräsidenten setzen daher ihre diesbezüglichen bisherigen Bemühungen fort, indem sie einen befristeten Versuch mit Breitbandkabel im Sinne des Berichts der Kommission für den Ausbau des technischen Kommunikationssystems durchführen und auswerten.

   Sie bringen in die Verhandlungen mit dem Bund vier Projekte mit den Standorten Berlin, Ludwigshafen-Mannheim, Nordrhein-Westfalen (Köln oder Wuppertal) und München ein.

   An der Durchführung der Pilotprojekte sind Rundfunkanstalten, eine öffentlich-rechtliche Körperschaft und eine öffentlich-rechtliche Anstalt beteiligt, wobei auch private Veranstalter bei der Erprobung der „Neuen Medien" auf der Grundlage des von Rheinland-Pfalz mit Schreiben vom 24. April 1978 übermittelten Modells für ein Kabelfernsehpilotprojekt in privater Programmträgerschaft (Stand: 12. April 1978) in der geänderten Fassung vom 5. Mai 1978 zugelassen werden.

   Die Ministerpräsidenten bekräftigen ihre Auffassung, daß auch die Netzträgerschaft in Pilotprojekten alternativ getestet werden sollte.

   Die Ministerpräsidenten stimmen überein, daß während der Versuchsphase weitere Pilotprojekte nur in den genannten Organisationsformen durchgeführt werden sollen.

   Die Ministerpräsidenten beauftragen die Chefs der Staats- und Senatskanzleien, die weiteren Entscheidungen über die Durchführung der Pilotprojekte, insbesondere über die Fragen der Programminhalte und der gesamten Finanzierung (Programm und Technologie) einschließlich der rechtlichen Zulässigkeit und Zweckmäßigkeit der Mitfinanzierung solcher Projekte aus dem Rundfunkgebührenaufkommen vorzubereiten.

   Die Chefs der Staats- und Senatskanzleien der Länder, die Pilotprojekte durchführen, werden beauftragt, mit dem Bund die erforderlichen Verhandlungen zu führen.

   Protokollnotizen:

   Der Vertreter des Landes Hessen erklärt, daß er die Finanzierung privater Programmträger aus dem Rundfunkgebührenaufkommen für unzulässig hält.

   Der Vertreter des Saarlandes weist auf die besondere rundfunkrechtliche Situation im Saarland hin.

   Der Vertreter des Landes Schleswig-Holstein erklärt, daß er keiner Vereinbarung zustimmt, die nicht vergleichbare finanzielle Bedingungen für alle Pilotprojekte vorsieht.

2. Die Regierungschefs des Bundes und der Länder erörtern in einer allgemeinen Aussprache mit den geplanten Pilotprojekten zusammenhängende Fragen.

3. Die Regierungschefs der Länder weisen auf die besondere Bedeutung dieser Pilotprojekte für den Forschungsbereich hin und erhoffen insbe-

sondere eine Unterstützung des Bundesministeriums für Forschung und Technologie.

4. Der Bundeskanzler erklärt, daß
   - auf Grund der verfassungsrechtlichen Kompetenzverteilung eine Beteiligung des Bundes nur in Teilbereichen in Frage kommen kann,
   - die Deutsche Bundespost an der Netzträgerschaft für die Pilotprojekte festhält,
   - als Verhandlungspartner der Länder bei der Vorbereitung und Durchführung der Pilotprojekte auf seiten des Bundes primär die Deutsche Bundespost in Betracht kommt,
   - der Bund eine weitere Konkretisierung der Pilotprojekte, insbesondere hinsichtlich Projektbeschreibung, Finanzierung, Projektverantwortung für Netz- und Nutzungsbereich sowie der Gesamtverantwortung und Vorbereitung von Maßnahmen für die notwendigen Begleituntersuchungen, abwarten muß.

   Im übigen weist der Bundeskanzler darauf hin, daß neben möglichen günstigen Auswirkungen der Pilotprojekte für die technologische Innovation die medienpolitischen Probleme und die Auswirkungen auf Familien und Kinder nicht außer acht gelassen werden dürfen.

II. Neue Textkommunikationsformen

Wegen ihrer besonderen medienpolitischen Aktualität und der derzeit noch offenen rechtlichen Einordnung sollen im folgenden die neuen Textkommunikationsformen

- Bildschirmtext
- Videotext
- Kabeltext

näher erläutert werden. Die Faksimile-Zeitung ist im KtK-Bericht behandelt worden; die Bundesregierung teilt die dort vertretene Auffassung, daß ihre Einführung „jedoch in absehbarer Zeit wirtschaftlich nicht realisierbar ist" [2]).

Bereits unmittelbar vor ihrer praktischen Anwendung stehen die im August 1977 auf der Berliner Funkausstellung einer breiten Öffentlichkeit vorgestellten neuen Textkommunikationsformen Video- und Bildschirmtext, die in bestehenden Fernseh- bzw. Telefonnetzen verwirklicht werden können.

1 Bildschirmtext

Bildschirmtext ist ein Informationssystem, das sich einerseits auf die Vermittlungs- und Dialogfähigkeit des Fernsprechnetzes, andererseits auf den Fernsehempfänger als preiswertem elektronischem Wiedergabegerät stützt.

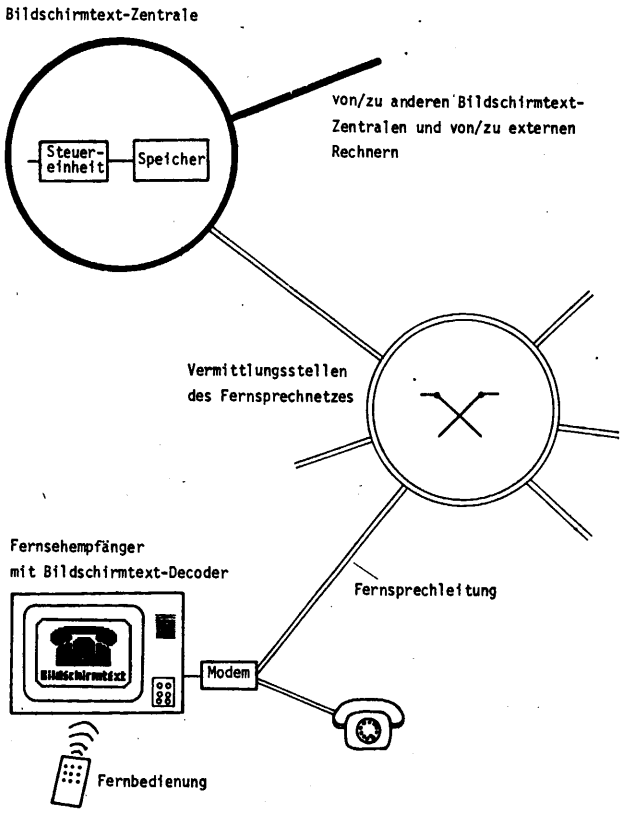
Aufbauend auf diesen vorhandenen Elementen sind noch folgende zusätzliche technische Einrichtungen erforderlich:

- auf der Benutzerseite ein Zusatz zum vorhandenen Fernsehgerät oder ein neues, bereits mit den entsprechenden Anpassungs- und Bedienungseinheiten ausgestattetes Fernsehgerät sowie ein Zusatzgerät (Modem) zur Anschaltung an das Fernsehsprechnetz,
- an zentralen Stellen im Fernsprechnetz (z. B. in Vermittlungsstellen) Bildschirmtext-Zentralen.

Den Aufbau eines derartigen Bildschirmtextsystems veranschaulicht Schaubild 3.

Schaubild 3

Gesamtsystem Bildschirmtext



Quelle: Deutsche Bundespost (Hrsg.): Bildschirmtext. Beschreibung und Anwendungsmöglichkeiten. Bonn 1977, S. 6.

Bildschirmtext stellt einen besonderen Anwendungsfall der Daten- bzw. Textübertragung im Fernsprechnetz dar. Der Teilnehmer kann über sein Bildschirmtext-Endgerät in einen Dialog entweder mit einer Bildschirmtext-Zentrale oder einer angeschlossenen Informationsbank eintreten, wobei die abgerufenen Informationen beim Teilnehmer auf dem Fernsehbildschirm dargestellt werden. Aufgrund der Dialogfähigkeit des Systems ist der Teilnehmer darüber hinaus auch in der Lage, selbst Informationen einzugeben oder Mitteilungen anderen Teilnehmern zuzusenden. Im Gegensatz zu Videotext ist die verfügbare Informationsmenge vom technischen System her nicht begrenzt.

Einen Überblick über die vielfältigen Anwendungsmöglichkeiten von Bildschirmtext vermittelt Schaubild 4.

[2]) KtK: Telekommunikationsbericht. Bonn 1976, S. 101.

Schaubild 4

Anwendungskategorien	Anwendungsbeispiele
1. Informationen für mehrere	
1.1 Abrufinformationen für alle Teilnehmer	Aktuelle Übersichtsinformationen — Nachrichten, Sport, Wirtschaft, Lokales, Notdienste, Lotto/Sport Informationen von Behörden — Besuchszeiten, Sitzungstermine von kommunalen Parlamenten, lokale Verordnungen, Verzeichnisse (Adressen, Straßen, Tarife und Gebühren) Informationen für Verbraucher — Marktübersichten, Verhaltenstips und sonstige Beratung Informationen über Reisen und Verkehr — Zimmernachweis, Urlaubsreisen, Reisewetter, Wandervorschläge, Fahrplanauskünfte Informationen über kulturelle und sonstige Veranstaltungen — Theater- und Konzertprogramme, Filmprogramme, lokaler Veranstaltungskalender, Bestseller und Neuveröffentlichungen Informationen der Wirtschaft — Branchenverzeichnis, Konditionen, Kurse (Devisen, Papiere, Rohstoffe) Informationen für Haushalte — Hobby, Rezepte, Kleinanzeigen, Verkaufsangebote, Immobilien, Stellenangebote
1.2 Abrufinformationen für Teilnehmergruppen	Informationen für gewerbliche Verbraucher — Hersteller-, Bezugsquellenverzeichnis, interne Fernsprechauskunft Informationen für Freiberufe — Ärzte (Medikamentenverzeichnis, Kurmöglichkeiten), Apotheken, Rechtsanwälte (Rechtsauskünfte), Steuerberatung Informationen für Mitglieder in Vereinen, Clubs — Veranstaltungshinweise, Wahlergebnisse, Satzungsänderungen
1.3 Mitteilungen an mehrere Teilnehmer	Hinweise — Geschäftseröffnungen, Mitgliederversammlungen, Zahlungstermine, Mahnungen, Mitteilungen an Klienten und Patienten
2. Informationen für den einzelnen	
2.1 Mitteilung eines anderen Teilnehmers	Glückwunsch- und Grußkarten, Verabredungen, briefliche Mitteilungen, Spiele mit Partnern
2.2 Mitteilungen von mehreren Teilnehmern	Warenbestellungen, Reservierungen, Buchungen, Schadensmeldungen
2.3 Abrufinformationen persönlicher Art	Kontostand, persönlicher Terminkalender
3. Dialog mit dem Rechner	
3.1 Rechendienstleistungen	Mathematische Berechnungen, programmgeführte Berechnungen (Kalkulationen, Renten, Finanzierungen, Steuererklärung)
3.2 Bildung, Tests	Kurse zur Aus- und Weiterbildung, IQ-Tests, Eignungstests
3.3 Computerspiele	Labyrinth

Quelle: Deutsche Bundespost (Hrsg.): Bildschirmtext. Beschreibung und Anwendungsmöglichkeiten. Bonn 1977, S. 21.

Die Bundesregierung hat in ihren Vorstellungen zum weiteren Ausbau des technischen Kommunikationssystems die Bedeutung eines derartigen Informationssystems dargelegt und ihre Bereitschaft zur Durchführung von entsprechenden Versuchen erklärt. Für 1980 plant die Deutsche Bundespost einen größeren Feldversuch zur Ermittlung des Marktinteresses insbesondere der privaten Haushalte an Bildschirmtext.

2 Videotext

Videotext ist an die Ausstrahlung von Fernsehrundfunksignalen gebunden. Zur Übermittlung stehender Texte kommen Leerzeilen in der sogenannten „vertikalen Austastlücke" in Betracht.

Für den Empfang von Videotext wird im Fernsehgerät eine Zusatzbaugruppe benötigt, die die Textinformation aus dem Fernsehsignal aussondert, zwischenspeichert und in ein Fernsehschriftbild umwandelt. Zur Textselektion — Auswahl einer bestimmten Seite aus einem Videotextmagazin — ist daneben eine Tastatur erforderlich. Videotext kann — systemintern — nur in der Richtung vom Sender zum Teilnehmer und nur im Empfangsbereich des Senders verbreitet werden. Die mit Videotext übertragbare Informationsmenge wird im wesentlichen bestimmt durch die Frequenzknappheit und die zumutbare Wartezeit.

Eine bundesweite Ausstrahlung von Videotextmagazinen wäre technisch nicht schwierig. Von den in der ARD zusammengeschlossenen Landesrundfunkanstalten werden für das Erste Fernsehprogramm 60 und von der Deutschen Bundespost für das ZDF und die Dritten Fernsehprogramme der ARD-Anstalten insgesamt jeweils 90 Grundnetzsender betrieben. Mit diesen und den dazugehörigen Fernsehumsetzern wird das ganze Bundesgebiet einschließlich Berlin (West) versorgt. Der Standort der Sender orientiert sich mehr an den topographischen Gegebenheiten als an der Besiedlungsdichte. Diese Gegebenheiten lassen eine freie Wahl der Verbreitungsgebiete von Videotextmagazinen (z. B. entsprechend den Grenzen der Verbreitungsgebiete von Zeitungen) nur beschränkt zu. Grundsätzlich günstigere Bedingungen in bezug auf Zahl und Regionalisierbarkeit von Videotextaussendungen herrschen für Breitbandkabel-Anlagen.

Videotext könnte sich insbesondere eignen zur programmbegleitenden und -ergänzenden Information des Rundfunks, sowie für sonstige Kurzinformationsdienste zur allgemeinen Verbreitung mit dem Vorteil der ständigen Aktualisierung (wie Kurzinformationsdienste allgemeiner Art, z. B. Nachrichten, Sport, Wirtschaft, Unterhaltung, Fahrpläne, Veranstaltungskalender, Wetterbericht u. a.).

3 Kabeltext

Innerhalb eines dialogfähigen Breitbandkabelnetzes können im Nutzungsbereich der Textkommunikation die Leistungen des Bildschirmtextsystems, dazu aber wesentlich höhere Übermittlungsgeschwindigkeiten sowie die Übertragung von Festbildern geboten werden.

Digital codierte Textinformationen beanspruchen viel weniger Übertragungskapazität als „bewegte" Bilder: In einem Fernsehkanal lassen sich pro Minute 48 000 (Bildschirm-) Seiten Kabeltext oder pro Sekunde etwa der Inhalt einer Tageszeitung übertragen. Technisch wäre es derzeit möglich, in einem Breitbandkabel bis zu 30 (Fernseh-)Kanäle unterzubringen. So könnte etwa der Inhalt sämtlicher Zeitungen, die in der Bundesrepublik Deutschland erscheinen, auf wenigen Breitbandkanälen in einem Kabelverteilsystem übertragen werden.

Verknüpfungen der drei Systeme, etwa zur Erweiterung des zugänglichen Bestandes gespeicherter Informationen, wären möglich. Hierzu ist es erforderlich, daß alle drei Systeme einander angepaßt sind.

Die Investitionskosten für die Einrichtung eines auf 12 (Fernseh-)Kanäle ausgelegten überregionalen Breitbandkabelnetzes (ohne Rückkanal) — in dem Kabeltext als eine der vielfältigen Nutzungsmöglichkeiten in Frage kommt — wurden von der KtK auf der Basis von 1975 wie folgt geschätzt [3]):

- bei Einbeziehung aller Gemeinden mit mehr als 33 000 Einwohnern (Versorgungsgrad 53 %) . 9 Mrd. DM
- bei Einbeziehung aller Gemeinden mit mehr als 10 000 Einwohnern (Versorgungsgrad 74 %) 14 Mrd. DM
- bei Vollversorgung aller zusammenhängenden Wohngebiete (ohne abgelegene Einzelgebäude) 22 Mrd. DM
- zuzüglich 3 Mrd. DM für das Weitverkehrs- und Regionalnetz.

III. Rechtliche Einordnung der neuen Kommunikationstechnologien

Die rechtliche Einordnung der neuen Kommunikationsformen muß zwischen Bund und Ländern noch eingehend erörtert werden. Ausgelöst durch die Entwicklung der neuen Telekommunikationstechniken wird die herkömmliche Abgrenzung zwischen den einzelnen Medien schwieriger.

Videotext ist insbesondere nach Auffassung der Länder und der Rundfunkanstalten, die auch von Journalistenverbänden geteilt wird, als Rundfunk anzusehen, nach Meinung der Zeitungs- und Zeitschriftenverleger dagegen eine Darbietungsform von Presse. Nach Auffassung der Länder fällt auch der Bildschirmtext unter den Rundfunkbegriff. Die Zuordnung von Kabeltext ist bisher noch kaum erörtert worden.

Die Bundesregierung hält Bildschirmtext nicht für Rundfunk. Sie ist der Meinung, daß die Übertragung von Videotextsignalen im Fernsehbild unabhängig von der Frage, ob Videotext dem Rundfunk zuzuordnen ist oder nicht, einen eigenständigen Sendevor-

[3]) KtK: Telekommunikationsbericht. Bonn 1976, S. 110 f.

gang darstellt, der einer gesonderten fernmelderechtlichen Genehmigung bedarf [4]).

Die Bundesregierung erachtet es als eine wichtige Aufgabe, die Zuordnung der neuen Kommunikationsformen — soweit nicht ihre Zuordnung zur Individualkommunikation in Betracht kommt — zu den kommunikationsrechtlichen Aussagen des Grundgesetzes zu klären. Mit der Problemaufbereitung bei den neuen Textkommunikationsformen ist eine Interministerielle Arbeitsgruppe „Bildschirmgebundene Textinformation" unter Federführung des Bundesministers des Innern beauftragt. Sie hat am 5. Mai 1977 ihre Arbeit aufgenommen. Es wird auch zu prüfen sein, wie erforderlichenfalls die Wettbewerbsfähigkeit der Presse — insbesondere auch der kleinen und mittleren Presseunternehmen — bei Einführung der neuen Textkommunikationsformen gesichert werden muß.

Die Bundesregierung begrüßt die von den Ländern im September 1977 erklärte Bereitschaft, die Fragen der rechtlichen Einordnung der neuen Textkommunikationsformen gemeinsam mit dem Bund zu beraten. Zwischenzeitlich sollte eine einseitige Durchsetzung der divergierenden Rechtsauffassungen vermieden werden.

[4]) Bundesministerium für das Post- und Fernmeldewesen (Hrsg.): Vorstellungen der Bundesregierung zum weiteren Ausbau des technischen Kommunikationssystems. Bonn, 14. Juli 1976, S. 28.

E. Allgemeine Medienfragen

I. Mediennutzung

Die Massenmedien Presse, Hörfunk und Fernsehen spielen für die Informations- und Unterhaltungsbedürfnisse der Bürger eine dominierende Rolle. Sie erreichen nahezu jeden Haushalt der Bundesrepublik Deutschland. Bisherige Studien haben bis in Details hinein darüber Aufschluß gegeben, welche Bevölkerungsschichten welche Aussagen zu welcher Zeit aufnehmen. Es gibt aber keine umfassenden und ausreichend gesicherten Erkenntnisse zur Wirkungsweise und (das Fernsehen ausgenommen) zur Bewertung einzelner Beiträge. Zudem sind Nutzungsstudien vielfach von der werbenden Wirtschaft initiiert bzw. finanziert; dadurch sind Zielvorstellungen und Anlage solcher Untersuchungen wesentlich mitbestimmt. Trotz unzulänglicher theoretischer Grundlagen wird überwiegend angewandte Forschung betrieben. Die folgenden Ausführungen müssen sich deshalb vorwiegend auf quantitative Aspekte der Mediennutzung beschränken.

In einer Studie zum Kommunikationsverhalten und Kommunikationsnutzen in der Bundesrepublik Deutschland wurden für die Nutzung elektronischer und gedruckter Medien z. B. die in den Tabellen E 1 und E 2 wiedergegebenen Daten vermittelt [1]).

[1]) Vgl. Empirische Kommunikationsverhaltens- und Einstellungsstudie zur Abschätzung der Bedürfnisse nach technischer Kommunikation im Bereich Individuum/private Haushalte. Untersuchung durch das Infratest-Institut München im Auftrag der Kommission für den Ausbau des technischen Kommunikationssystems (KtK) vom Februar 1975. Die Tabellen E 1 bis E 4 wurden dem Band 5 (Analyse), S. 29 bis 32, entnommen.

Tabelle E 1

Nutzung elektronischer Medien

Anteil der Bevölkerung (ab 14 Jahren), der diese Tätigkeiten —	Fernsehen	Radiohören	Schallplatten, Tonband, Tonkassetten hören
— überhaupt ausübt . .	*97 %*	*97 %*	*79 %*
— mindestens einmal pro Woche ausübt .	*95 %*	*91 %*	*51 %*
— am Durchschnittswerktag ausübt (= Reichweite pro Tag, Montag bis Freitag)	*73 %*	*60 %*	*12 %*
— am durchschnittlichen Wochenendtag ausübt (Samstag/Sonntag) .	*80 %*	*57 %*	*15 %*
Durchschnittliche Dauer der Tätigkeit in Minuten am —			
— Werktag (Montag bis Freitag)	112	97	9
— Wochenendtag (Samstag/Sonntag) .	164	91	18

Quelle: vgl. Anm. 1

Tabelle E 2

Nutzung gedruckter Medien

Anteil der Bevölkerung (ab 14 Jahren), der diese Tätigkeiten —	Zeitung lesen	Zeitschriften, Illustrierte lesen	Bücher lesen	Lehrbücher lesen	Fachzeitschriften lesen	Kataloge, Broschüren, Drucksachen lesen
— überhaupt ausübt	96 %	92 %	82 %	51 %	60 %	83 %
— mindestens einmal pro Woche ausübt	90 %	60 %	38 %	21 %	25 %	30 %
— am Durchschnittswerktag ausübt (= Reichweite pro Tag, Montag bis Freitag)	53 %	15 %	12 %	—*)	—*)	3 %
— am durchschnittlichen Wochenendtag ausübt (Samstag/Sonntag)	41 %	19 %	13 %	—*)	—*)	4 %
Durchschnittliche Dauer der Tätigkeit in Minuten am —						
— Werktag (Montag bis Freitag)	29	10	11	—*)	—*)	1
— Wochenendtag (Samstag/Sonntag)	24	15	13	—*)	—*)	2

*) In der Tagesablaufuntersuchung nicht gesondert erhoben.
Quelle: vgl. Anm. 1

In dieser Untersuchung wird auch dargestellt, wie die einzelnen Gruppen der Bevölkerung die Massenmedien nutzen. Dabei zeigt sich, daß die 14- bis 29jährigen Schallplatte und Tonband weitaus häufiger hören als die mittleren und älteren Generationen, dafür aber deutlich weniger fernsehen. Auffallend ist der Unterschied in der Nutzung der elektronischen Medien durch die verschiedenen sozialen Schichten: der durchschnittliche Zeitaufwand liegt bei der sozial schwächsten Schicht mit 258 gegenüber 160 Minuten um 61 % über dem der nach ökonomischem Status und formaler Bildung obersten Schicht (Tabelle E 3). Die statistische Reichweite der Bücher zeigt das umgekehrte Bild (Tabelle E 4).

Tabelle E 3

Anteil derjenigen, die am Durchschnittswerktag (Montag bis Freitag) folgende Medien nutzen

	Bevölkerung ab 14 Jahren	Soziale Schicht				
		I (obere Schicht)	II	III	IV	V (untere Schicht)
— Elektronische Medien (Fernsehen, Hörfunk, Schallplatte)	90 %	89 %	90 %	89 %	92 %	87 %
— Gedruckte Medien (Zeitungen, Zeitschriften, Bücher, Kataloge)	63 %	70 %	65 %	59 %	61 %	61 %
Durchschnittlicher Aufwand am Durchschnittswerktag (Montag bis Freitag) in Minuten für —						
— elektronische Medien	217	160	222	217	235	258
— gedruckte Medien	50	59	54	38	54	63

Quelle: vgl. Anm. 1

Tabelle E 4

Durchschnittlicher Anteil der Bücherleser pro Tag

	Reichweite der Bücher pro Werktag (Montag bis Freitag)
Bevölkerung ab 14 Jahren insgesamt	12 %
Bevölkerung ab 14 Jahren nach Bildungsstand	
Volksschule ohne Lehre	3 %
Volksschule mit Lehre	10 %
Mittelschule, Fachschule	15 %
Abitur, Hochschule	33 %

Quelle: vgl. Anm. 1

Die Reichweite der Druckmedien, spezifiziert nach Zeitungs- bzw. Zeitschriften-Typen, wird in Tabelle E 5 dargestellt. Die Zahlen weisen nach, daß sich die einzelnen Reichweiten in den letzten Jahren nur unwesentlich verschoben haben.

Wenn dabei innerhalb des Zeitschriftenmarktes nur ausgewählte Werte für Publikumszeitschriften zitiert sind, so sollte daraus nicht abgeleitet werden, daß die Bedeutung der Fachpresse, der Zeitschriften von Verbänden und Berufsorganisationen (einschließlich der Gewerkschaftspresse), der Werkszeitschriften, der konfessionellen Presse und schließlich der Haus- und Kundenzeitschriften unterschätzt würde. Deren Reichweiten sind erheblich; aus methodischen und medienspezifischen Gründen können sie jedoch nicht mit Publikumszeitschriften verglichen werden.

In einem weiteren Gutachten über den Telekommunikationsbedarf in der Bundesrepublik Deutschland

Tabelle E 5

Reichweite [1]) von Druckmedien in % der Bevölkerung

	1974	1975	1976	1977
Publikumszeitschriften [2])				
einschließlich Sonntags- und Wochenendzeitungen	86,1	88,1	88,6	91,2
Aktuelle Illustrierte	36,3	36,0	33,6	32,8
Programmzeitschriften	58.5	61,8	63,1	64,7
Wöchentliche Frauenzeitschriften	10,0	10,1	10,0	25,7
14tägige Frauenzeitschriften	18,0	18,9	20,6	21,3
Monatliche Frauenzeitschriften	19,6	20,4	20,9	20,5
Elternzeitschriften	10,7	10,9	10,3	9,2
Unterhaltende Wochenzeitschriften	23,2	25,3	24,1	8,7
Sonntags- und Wochenzeitungen	25,3	25,7	24,0	—
Kritische Zeitschriften Politik, Wirtschaft	16,0	16,0	15,2	21,0
Monatszeitschriften	18,7	20,2	21,5	—
Jugendzeitschriften	6,5	6,5	7,1	8,1
Motor- und Sportzeitschriften	22,9	24,7	26,4	27,8
Tageszeitungen				
Kaufzeitungen	27,8	28,7	29,0	30,4
Abonnementszeitungen	70,9	72,7	73,6	71,0

[1]) Unter Reichweite ist hier der Prozentanteil der Bevölkerung über 14 Jahre (1976: 44,38 Millionen Bürger) zu verstehen, der von dem genannten Medium während dessen Erscheinungszeitraum erreicht wird. Dieser beträgt bei wöchentlich erscheinenden Publikationen eine Woche (bei Periodika mit längeren Erscheinungsintervallen entsprechend), bei Tageszeitungen jeweils einen Tag. Die Werte werden auf der Grundlage sogenannter Lesewahrscheinlichkeiten errechnet, so daß es sich hier nicht um reale Zahlen handelt.

[2]) Es sind nicht sämtliche in der Bundesrepublik Deutchland erscheinenden Zeitschriften erfaßt, sondern nur auflagenstarke Titel, deren Zahl zwischen 65 und 79 schwankt. Da sich außerdem die Kategorienbildung zwischen 1976 und 1977 verändert hat, sind bei einzelnen Sparten nicht alle Zahlen untereinander vergleichbar. So wurden noch 1976 für die wöchentlichen Frauenzeitschriften z. B. drei Titel, 1977 dagegen elf Titel herangezogen; bei den unterhaltenden Wochenzeitschriften waren es 1977 nur noch zwei Titel gegenüber neun im Vorjahr.

Quelle: Jahresberichte der Arbeitsgemeinschaft Media-Analyse e. V.

wird die Entwicklung von Freizeit und Mediennutzung im Vergleich der Jahre 1964, 1970 und 1974 wiedergegeben [2]). In diesen Jahren ist bei insgesamt wachsender Freizeit der Anteil der Mediennutzung an der verbrachten Freizeit stark angestiegen, und zwar am deutlichsten beim Fernsehen (Tabelle E 6).

Tabelle E 6

Entwicklung von Tätigkeitsbereichen und einzelnen Tätigkeiten im Zeitablauf (1964 bis 1974) / „Durchschnittswerktag" (Montag bis Samstag)

	1964		1970		1974	
	in Minuten	Indexwert für 1964	in Minuten	im Vergleich zu 1964	in Minuten	im Vergleich zu 1964
Regeneration	620	100	606	97,7	618	99,7
Produktion	474	100	460	97,0	409	86,3
Freizeit	341	100	375	110,0	413	121,1
Mediennutzung (insgesamt)	188	100	214	113,8	266	141,5
davon:						
Fernsehen	70	100	113	161,4	125	178,6
Hörfunk	89	100	73	82,0	113	126,9
Tageszeitung	35	100	35	100,0	38	108,5

Basis: Gesamtbevölkerung der Bundesrepublik Deutschland 1964/1970/1974.

Quelle: DIVO/Infratest, 1966; Infratest, 1971; Infratest, 1975; eigene Berechnungen der AfK (vgl. Anm. 2).

Verschiedene Umfragen belegen, daß Fernsehen und Presselektüre mit zu den beliebtesten Freizeitbeschäftigungen in der Bundesrepublik Deutschland geworden sind. Das Institut für Demoskopie in Allensbach hat z. B. im Auftrag des „Stern" im Juli 1978 auf die Frage „Was tun Sie in Ihrer Freizeit am liebsten?" die in Tabelle E 7 wiedergegebenen Daten ermittelt.

Aufschlußreich ist, daß bei einer weitergehenden Frage („Was würden Sie in Ihrer Freizeit gern mehr oder zusätzlich tun, wenn Sie durch Arbeitszeitverkürzung mehr Zeit für sich hätten?") nur jeweils sechs Prozent der Befragten mit „Zeitung, Zeitschriften lesen" bzw. „Fernsehen" antworteten, 16 Prozent jedoch mit „Bücher lesen".

Die von der teleskopie-Zuschauerforschung [3]) regelmäßig ermittelte Nettoreichweite des Fernsehens liegt — jahreszeitlich leicht schwankend — seit Jahren bei rund 90 %. Das heißt: in neun von zehn bun-

[2]) Telekommunikationsbedarf. Gutachten der AfK München im Auftrag der KtK. München, April 1975, 2 Bände, hier: Band B, Tabelle 31.

[3]) Die teleskopie-Zuschauerforschung stellt seit 1. Januar 1976 das individuelle Sehverhalten aller Haushaltsmitglieder im Alter ab drei Jahren in ausgewählten Haushalten fest und berichtet darüber den auftraggebenden Anstalten ARD und ZDF. Vgl. dazu Hansjörg Bessler: Das Programm am Gängelband der Demoskopen? In: ARD-Jahrbuch (8) '76. Hamburg 1976, S. 41 ff.

Tabelle E 7

Was tun Sie in Ihrer Freizeit am liebsten? *)
(Alle Angaben in Prozent)

	insgesamt	Männer	Frauen	16 bis 29 Jahre	30 bis 44 Jahre	45 bis 59 Jahre	ab 60 Jahre	Angelernte Arbeiter	Facharbeiter	Beamte und Angestellte	Leitende Beamte und Angestellte
Gemütlich zu Hause bleiben	59	53	64	47	62	61	67	56	56	60	65
Fernsehen *)	57	58	55	52	55	57	63	64	57	57	54
Spazierengehen	57	51	63	46	58	61	64	53	52	65	61
Zeitung, Zeitschriften lesen	56	57	55	56	53	52	62	53	53	58	59
Wegfahren, verreisen	51	51	51	65	55	44	37	39	51	58	62
Mich mit meiner Familie beschäftigen	47	42	51	30	56	53	47	45	46	47	48
Freunde, Verwandte besuchen	43	39	48	50	41	42	40	43	42	47	47
Bücher lesen *)	43	39	47	47	44	37	43	28	36	53	63
Gäste zu Besuch haben	40	33	46	40	45	39	34	35	35	44	47
Radio hören *)	38	37	39	54	34	31	35	42	40	40	37
Im Garten arbeiten	38	36	36	19	38	47	41	39	33	34	33
Mit Kindern beschäftigen, spielen	32	28	35	36	42	26	24	32	35	31	34
Aufräumen, etwas reparieren	31	33	29	24	30	37	34	35	34	29	28
Basteln, Handarbeiten	31	15	45	30	31	35	31	33	28	33	28
Nichts tun, ausruhen	29	27	31	35	28	29	23	30	32	27	24
Sport treiben	26	32	20	46	30	16	8	15	30	29	31
Ins Kino *) gehen, Theater, Konzerte besuchen	25	22	27	41	28	16	13	16	22	30	26
Karten, Schach spielen	24	32	18	30	26	18	23	25	27	26	27
Sportveranstaltungen besuchen	20	33	10	35	22	14	9	18	32	19	16
Mich um Nachbarn, Mitmenschen kümmern	19	13	23	12	14	23	27	20	16	19	19
Fotografieren, zeichnen, malen, töpfern	18	21	15	23	22	15	10	9	17	23	26
In einer Gruppe, einem Verein mitarbeiten	17	25	11	24	22	13	10	11	24	19	17
Mir nebenbei etwas dazuverdienen	16	19	12	22	16	16	9	22	18	14	11
Mich weiterbilden, Kurse besuchen	15	16	13	20	22	12	4	5	12	20	23
Ausstellungen, Museen besuchen	13	12	13	13	15	10	13	8	13	13	21
Musizieren	10	10	10	13	11	7	7	6	11	9	14
Mich mit meiner Sammlung beschäftigen	8	13	3	6	7	9	9	5	6	8	15
Politisch betätigen, in einer Partei mitarbeiten	6	9	4	7	7	7	4	3	6	8	9

*) = auf Mediennutzung bezogene Tätigkeiten
Die Antworten ergeben über 100 %, weil die Befragten an Hand einer ihnen vorgelegten Liste mehrere Freizeitbeschäftigungen nennen konnten. — Die Freizeitbeschäftigungen von Landwirten und Selbständigen konnten wegen deren nicht geregelter Arbeitszeit nicht exakt ermittelt und zum Vergleich herangezogen werden.
Quelle: „Stern", Nr. 33/1978

desdeutschen Fernsehhaushalten ist das Fernsehgerät mindestens einmal pro Tag eingeschaltet [4]).

Teleskopie weist auch nach, daß die durchschnittliche Sehdauer der Fernsehteilnehmer seit 1976 konstant geblieben ist (Tabelle E 8). Trotz kleinerer Erweiterungen der Fernsehprogramme und bestimmter Veränderungen der Programm-Schemata hat sich der Fernsehkonsum nicht mehr ausgeweitet; er bleibt hoch.

Zu ergänzen ist hier die durchschnittliche Dauer des Fernsehkonsums von Kindern: Kinder im Alter von 8 bis 13 Jahren sehen werktags etwa 1½ Stunden, samstags und sonntags etwa 2½ Stunden fern; die jüngeren Kinder im Alter von 3 bis 7 Jahren sehen an Werktagen durchschnittlich eine Stunde pro Tag und am Samstag und Sonntag durchschnittlich rund 1½ Stunden fern [5]).

Angesichts des unverändert hohen Fernsehkonsums ist es zu begrüßen, daß in den letzten Monaten eine breitere öffentliche Diskussionen über die sozialen Probleme einer zu intensiven Fernsehnutzung begonnen hat. Besonders die Themen „Fernsehen und Kinder" und „Gewaltdarstellungen im Fernsehen" verdienen Beachtung. Erfreulicherweise beteiligen sich die Fernsehanstalten an dieser Diskussion selbstkritisch.

Von politischem Interesse ist, welcher Teil des Medienpublikums die Hauptnachrichtensendungen des Ersten und Zweiten Fernsehprogramms sieht. Weil Sehbeteiligung wie Nachrichtengestaltung aus verschiedenen Gründen als unbefriedigend angesehen wurden, steht das Thema „Fernsehnachrichten" bis heute im Mittelpunkt lebhafter Debatten bei Sendeanstalten und in der Öffentlichkeit [6]). Wegen mehrfacher Änderungen der Programmstruktur und der Sendezeit sind die Daten in Tabelle E 9 nur unter Vorbehalten vergleichbar.

Die Rezeption von Nachrichtensendungen der Dritten Fernsehprogramme ist dagegen gering; die Sehbeteiligung erreicht zwischen 19.00 Uhr und Sendeschluß im Jahresmittel 1976 höchstens 4 Prozent. Hörfunksendungen werden nach 18.00 Uhr

[4]) Zusammenfassende Auswertungen werden vierteljährlich in der Fachzeitschrift „Media Perspektiven" veröffentlicht.

[5]) Auswertung von teleskopie-Zuschauerdaten 1976. In: Bernward Frank: Einschalt- und Sehverhalten in der Familie. Mainz 1978 (= ZDF-Schriftenreihe 21).

[6]) Vgl. hierzu insbesondere: Nachrichten im Fernsehen. Themenheft der Fachzeitschrift „Publizistik", 22. Jg. 1977/Heft 4.

Tabelle E 8

Durchschnittliche Sehdauer der Personen über 14 Jahre in Minuten *)

1976 bis 1978 (Montag bis Sonntag)

	I. Quartal 1976	I. Quartal 1977	I. Quartal 1978
ARD	71	65	69
ZDF	64	64	65
Dritte Programme	9	12	11
alle **) Programme	148	144	147

*) Wegen unterschiedlicher Erhebungsmethoden können diese Zahlen nicht unmittelbar mit den Werten in den Tabellen E 1 und E 6 verglichen werden.

**) einschließlich ausländischer Nachbarprogramme

Quelle: Wolfgang Darschin: Auswirkungen der neuen Programmstruktur. In: „Media Perspektiven", Nr. 7/1978, S. 489.

Tabelle E 9

Entwicklung der durchschnittlichen Einschaltquoten für die abendlichen Nachrichtensendungen von ARD und ZDF in % der Fernsehteilnehmer

	1964	1969	1971	1974	1976	1978
ARD-Tagesschau 20.00 bis 20.15 Uhr	65	57	54	38	31	30
ARD-Spätausgabe der Tagesschau gegen 22.00/23.00 Uhr; seit 1978 Tagesthemen (montags bis freitags) 22.30 bis 23.00 Uhr	28	17	15	15	12	12
ZDF-heute 19.45 bis 20.15 Uhr, seit 1973 19.00 bis 19.22 Uhr	11	17	19	28	27	26
ZDF-Spätausgabe gegen 22.00/23.00 Uhr; seit 1978 heute-journal (montags bis donnerstags) 21.00 bis 21.20 Uhr	10	8	9	19	20	23

Quelle: Hansjörg Bessler/Bernward Frank: Fernsehnachrichten im Spiegel der kontinuierlichen Zuschauerforschung. In: „Publizistik", 22. Jahrgang 1977/Heft 4, S. 372 (Angaben für 1978 aktualisiert).

durchschnittlich von weniger als 10 % der potentiellen Hörer empfangen.

So sehr alle diese Zahlen belegen, welche Rolle der Mediennutzung in der Bundesrepublik Deutschland zukommt, so können sie nichts darüber aussagen, welche publizistische Rangordnung den einzelnen Medien zugewiesen wird. Hierüber liegen demoskopische Ergebnisse vor. So antworteten bei der für die Beurteilung der politischen Meinungsbildung wesentlichen Frage „Was ist für Sie am wichtigsten, wenn Sie sich eine politische Ansicht bilden wollen — das Fernsehen, der Rundfunk, Zeitungen oder persönliche Gespräche?" 44 %, vorrangig sei für sie das Fernsehen. 23 % nannten die Zeitungen, 19 % persönliche Gespräche und 5 % den Hörfunk [7]).

Aufschlußreich für das von der Bevölkerung empfundene Bedürfnis, sich aus mehreren, voneinander unabhängigen Informationsquellen zu unterrichten, ist auch ein Resultat, das zu einer Zeit erzielt wurde, in der man dazu intensive, gerade nicht typische Erfahrungen gesammelt hatte: Nach dem Arbeitskampf in der Druckindustrie vom Frühjahr 1976 erklärten 73 % der Befragten auf eine entsprechende Frage, ohne Zeitungen sei man durch Fernsehen oder Hörfunk nicht genug informiert; 25 % meinten das Gegenteil [8]).

Dieser Befund wird abgerundet durch neuere Untersuchungen. Demzufolge sagten im März 1978 57 % der Befragten (ein repräsentativer Querschnitt der Münchner Leserschaft, die durch den Arbeitskampf im Druckgewerbe 1978 besonders betroffen war), sie entbehrten die Tagespresse als aktuelle Informationsquelle. „Knapp ein Drittel der Befragten schaltete als Reaktion auf den zeitungslosen Zustand das Fernsehen häufiger an als vorher, knapp zwei Drittel hörten jedoch mehr Radio, um vor allem ihre Defizite an aktueller politischer Information zu beseitigen. 36 % meinten, die Münchner Kommunalwahlen seien durch das Nichterscheinen der Tageszeitungen beeinflußt worden", heißt es in dem Bericht. [9]) Generell kann gesagt werden, daß die Veränderungen im Nachrichtenangebot aus diesen Anlässen das Bewußtsein für Medienfragen allgemein, aber auch für die Unterschiede der Informationen zwischen Funk- und Druckmedien und ihre Ergänzungsfunktion geschärft haben.

Die weiterhin wachsende Freizeit des einzelnen Bürgers einerseits, Ergänzungen und Veränderungen des Medienangebots andererseits werden die Nutzungsmöglichkeiten quantitativ erweitern und qualitativ verändern. Den dabei auftretenden Problemen kommt wegen ihrer möglichen sozialen, psychischen und familienpolitischen Folgen besonderes Gewicht zu.

[7]) Vgl. Allensbacher Jahrbuch der Demoskopie 1976/1977. Wien und München 1977, S. 283.

[8]) Vgl. Allensbacher Jahrbuch der Demoskopie 1976/1977. Wien und München 1977, S. 266.

[9]) Bericht von Petra E. Dorsch über ihre Untersuchung am Institut für Kommunikationswissenschaft (Zeitungswissenschaft) der Universität München. In: „Süddeutsche Zeitung" (München) vom 23. März 1978.

II. Forschungsaufträge der Bundesregierung

In Ergänzung und Erweiterung der Forschungsprojekte, die im Medienbericht 1974 [10]) referiert bzw. angekündigt worden sind, hat die Bundesregierung weitere Untersuchungen veranlaßt, mit denen in wichtigen Teilbereichen Entwicklung und gegenwärtige Lage der Massenmedien und der für sie Tätigen erfaßt und analysiert wurden. Es ging dabei um die Klärung medienpolitisch relevanter Fragen, über die bisher noch keine genügenden Erkenntnisse vorlagen.

Die Schwerpunkte des gesamten Forschungsprogramms orientieren sich weiterhin an den Leitlinien, wie sie im Medien(zwischen-)bericht 1970 [11]) formuliert wurden. Bei der Auftragsvergabe werden auch Anregungen von Wissenschaftlern und Fachleuten aus der Praxis aufgenommen. Vorherrschend sind Gutachten aus dem Bereich der Publizistik- bzw. Kommunikationswissenschaft, weil dieses Fach wegen seiner thematischen Nähe und wegen seines interdisziplinären Verständnisses am häufigsten die besten Voraussetzungen dafür bietet, Ziele des Programms zu erreichen.

Mit der Auftragsvergabe, der Betreuung und der Abnahme der Gutachten ist der Interministerielle Arbeitskreis für Kommunikationsforschung (IMA) [12]) betraut; er bildet auch das Forum für eingehende Diskussionen der Zwischenberichte und der endgültigen Gutachten mit den jeweiligen Auftragnehmern.

Soweit diese Vorhaben abgeschlossen werden konnten, wurden die Ergebnisse für den vorliegenden Bericht berücksichtigt und in die kommunikationspolitischen Überlegungen der Bundesregierung einbezogen. Daraus folgt jedoch nicht, daß sie allen Schlußfolgerungen zustimmt. Die zunächst bei der Bundesregierung liegenden Veröffentlichungsrechte wurden den Gutachtern regelmäßig zurückübertragen. Von der Möglichkeit der Veröffentlichung haben in der Zwischenzeit viele Autoren Gebrauch gemacht; damit konnte die Absicht der Bundesregierung verwirklicht werden, die Forschungsergebnisse in die medienpolitische und wissenschaftliche Diskussion einzuführen [13]).

Die folgende Übersicht beschränkt sich daher auf eine kurze Wiedergabe der den Gutachtern gestellten Aufgaben und auf Hinweise zu medienpolitisch

[10]) Drucksache 7/2104 S. 74 bis 77

[11]) Drucksache VI/692 S. 6 Tz. 14

[12]) In diesem Arbeitskreis sind das Bundesministerium des Innern, das Bundesministerium für Wirtschaft, das Bundesministerium für Forschung und Technologie sowie das Presse- und Informationsamt der Bundesregierung vertreten; je nach spezieller Interessenlage können auch das Bundesministerium für Arbeit und Sozialordnung, das Bundesministerium für Bildung und Wissenschaft, das Bundesministerium für das Post- und Fernmeldewesen sowie die Bundeszentrale für politische Bildung beteiligt sein.

[13]) Die Kurzfassungen von 23 Gutachten, über die im Medienbericht 1974 berichtet wurde, sind veröffentlicht in: Presse- und Informationsamt der Bundesregierung (Hrsg.): Kommunikationspolitische und kommunikationswissenschaftliche Forschungsprojekte der Bundesregierung (1971 bis 1974). Bonn: BPA September 1974, [2]Dezember 1974, (VI), 211 Seiten.

wichtigen Resultaten [14]). Die in Auftrag gegebenen Studien hatten ihren Schwerpunkt in den Medienbereichen

— Kommunikatorforschung
— Medienstruktur und -angebot
— Medieninhalte
— Nutzung und Wirkung
— Wirtschaft und Wettbewerb
— rechtliche und politische Fragen.

1 Kommunikatorforschung

Durch die im Forschungsprogramm der Bundesregierung angeregten und unterstützten Kommunikatorstudien ist dieser Bereich inzwischen empirisch so weit erfaßt worden, daß frühere Forschungslücken hinsichtlich der Soziographie und Arbeitsmarktlage in journalistischen Berufen weitgehend geschlossen werden konnten. Für alle wesentlichen Bereiche redaktioneller und verlegerischer Tätigkeit liegen nun Untersuchungen vor, so daß für weitere Überlegungen ausreichend gesicherte Basisdaten vorhanden sind.

1.1

Bei der „Repräsentativen Journalistenenquete" [15]) ging es darum, über die vorhandenen Untersuchungen bei Zeitungsjournalisten hinaus auch die Struktur und Funktion der Redakteure und Mitarbeiter von Hörfunk- und Fernsehanstalten darzustellen, und zwar in einem Querschnitt aus verschiedenen Berufsfeldern. Der Bericht enthält erstmals eine Analyse der Berufswege, die Absolventen des Instituts für Zeitungswissenschaft der Universität München zwischen 1945 und 1974 zurückgelegt haben, sowie einen Abriß historischer, ethischer und sozialer Bedingungen der journalistischen Berufe.

1.2

Die vorgenannte Untersuchung wurde ergänzt durch eine weitere Studie [16]), um die berufliche Situation der Journalisten in den bislang noch nicht erfaßten Bereichen PR/Öffentlichkeitsarbeit sowie Nachrichtenagenturen, politische Wochenblätter, Magazine und Sonntagsblätter abzuklären.

1.3

Mit der „Repräsentativstudie Lokaljournalisten" [17]) wurde eine zentrale Berufsrolle im Journalismus untersucht. Ihr kommt angesichts der Pressekonzentration, die sich vor allem im lokalen und regionalen Bereich durch Reduzierung des Angebots auswirkt, eine besondere kommunikationspolitische Bedeutung zu.

1.4

Das Forschungsvorhaben „Journalismus und kommunale Öffentlichkeit" [18]) wurde in einer zweiten Projektstufe fortgesetzt und ist nunmehr abgeschlossen. Das Schwergewicht lag 1. auf den Strukturproblemen kommunaler Öffentlichkeit und ihren Konsequenzen für die Tageszeitung und den Lokalredakteur, 2. auf den Strukturproblemen der lokalen Tagespresse sowie 3. auf der Situation und den Einstellungen der Lokalredakteure (einschließlich daraus ableitbarer Konsequenzen zur Fortbildung im Lokaljournalismus).

1.5

Die Untersuchung „Der Chefredakteur. Rolle, Selbstverständnis, Berufsweg und das Problem personeller Mitbestimmung" [19]) erfaßte vor aktuellem medienpolitischen Hintergrund soziodemographische Daten und den Verlauf der beruflichen Karriere von Redaktionsleitern, aber auch deren Einstellungen zur journalistischen Arbeit und zur redaktionellen Mitbestimmung.

1.6

In Ergänzung zur bisherigen Kommunikatorforschung, die im wesentlichen auf den Journalisten in den verschiedensten Arbeitsbereichen zielte, wurde in der Studie „Verleger von Tageszeitungen und politischen Wochenblättern" [20]) derjenige Personenkreis untersucht, der die eigentliche Schlüsselposition in den Printmedien innehat. Ziel dieses Gut-

---

[14]) Kurzfassungen der in diesem Medienbericht vorgestellten Gutachten werden erscheinen in: Presse- und Informationsamt der Bundesregierung (Hrsg.): Kommunikationspolitische und kommunikationswissenschaftliche Forschungsprojekte der Bundesregierung (1974 bis 1978). Bonn: BPA 1978 (in Vorbereitung; erscheint gleichzeitig mit diesem Bericht). — Dieser Band enthält zugleich die genauen bibliographischen Angaben zu allen inzwischen in Buchform veröffentlichten Gutachten.

[15]) Auftragnehmer: Arbeitsgemeinschaft für Kommunikationsforschung (AfK), München. Projektleitung: Prof. Dr. Dr. O. B. Roegele und Dr. W. R. Langenbucher, Institut für Kommunikationswissenschaft (Zeitungswissenschaft) der Universität München. Bericht vom Dezember 1974; Umfang: VI, 360 Seiten.

[16]) Auftragnehmer: AfK, München. Projektleiter: Dipl.-Soz., Dipl.-Volksw. F. Schumacher. Bericht vom August 1976; Umfang: XI, 243 und 19 Seiten Anhang.

[17]) Auftragnehmer: AfK, München. Bericht vom Januar 1975; Umfang: 119 Seiten.

[18]) Auftragnehmer: AfK, München. Projektleiter: Prof. Dr. W. R. Langenbucher. Bericht vom November 1975; Umfang: 362 Seiten.

[19]) Auftragnehmer: AfK, München. Projektleiter: Dr. W. R. Langenbucher und Prof. Dr. Dr. O. B. Roegele unter Mitarbeit der Psychologischen Forschungsgruppe Schönhals, München. Bericht vom Juni 1974; Umfang: 163 Seiten.

[20]) Auftragnehmer: AfK, München. Wissenschaftliche Leitung: Prof. Dr. Dr. O. B. Roegele; Projektleitung: G. Nahr. Bericht vom Oktober 1976; Umfang: 203 Seiten.

achtens war es daher, entsprechendes Datenmaterial über die Berufssituation, das berufliche Selbstverständnis der Verleger, die künftige Entwicklung des Verlegerberufes, seine kommunikationspolitischen Vorstellungen und Präferenzen zu ermitteln. Methodisch wurde das Ergebnis mit einer Kombination von schriftlicher Befragung und qualitativen Interviews erreicht.

1.7

Zu den wichtigsten Resultaten des Projektes „Beschäftigungssituation und Arbeitsmarktlage von Journalisten in der Bundesrepublik Deutschland" [21]) zählt, daß trotz Pressekonzentration die Entwicklung des Arbeitsmarktes für Journalisten nicht so ungünstig wie in vielen anderen Berufen und wie allgemein befürchtet verlief. Während Lokalredakteure bei Tageszeitungen sogar gesucht wurden, erwiesen sich Hörfunk- und Fernsehanstalten als kaum aufnahmebereit. Volontäre hatten große Schwierigkeiten, Stellen zu finden. Von arbeitslosen Journalisten wurde häufig angegeben, daß Eintritt und Dauer der Arbeitslosigkeit nicht von ihrer fachlichen Qualifikation abhängig gewesen seien. Auch die seit 1972 bestehenden Vorschriften zur sozialen Sicherung (Sozialplan entsprechend den Vorschriften des Betriebsverfassungsgesetzes) seien nicht immer eingehalten worden. Die Arbeit berücksichtigt außerdem die Entwicklung des Stellenmarktes in den maßgebenden Fachzeitschriften als Barometer des Arbeitsmarktes für Journalisten.

1.8

Anschließend an dieses Gutachten wurde ein weiterer Auftrag mit der Fragestellung erteilt, wie sich die Stellensituation in den Redaktionen darstellt. In diesem Falle ging es um die Entwicklung zwischen 1961 und 1976; bei dieser „Bestandsaufnahme der journalistischen Arbeitsplätze im Bereich der Tagespresse" [22]) wurden auch solche Blätter mit aufgenommen, die nicht über Vollredaktionen verfügen. Der Bericht zeigt nicht nur Trends während 15 Jahren; Sonderauszählungen belegen die personelle Besetzung einzelner Zeitungsressorts, da die amtlichen Arbeitsmarktstatistiken zu diesen Details nichts aussagen. Als wichtigstes Ergebnis bleibt festzuhalten, daß die personelle Besetzung von Tageszeitungsredaktionen sich in 15 Jahren um 81 % erhöht hat, obwohl im gleichen Zeitraum die Zahl der Zeitungsverlage um 23 % zurückging.

1.9

Der Bericht „Mobilität und beruflich-soziale Lage der Journalisten in ihrer Bedeutung für die ‚publizistische Vielfalt' (Mobilitätsstudie)" [23]) geht dem Zusammenhang zwischen beruflicher Mobilität von Journalisten und Informationsangebot nach. Angesichts der Problematik der „freien Mitarbeiter" in den öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten war diese Frage auch in der Öffentlichkeit wiederholt diskutiert worden. Es wird dargelegt, welche Faktoren Mobilität beeinflussen können und welche besondere Rolle dabei die Altersversorgung von Presseredakteuren gegenüber den Arbeitnehmern in Rundfunkanstalten und Öffentlichem Dienst spielt.

1.10

Eine Bilanz aller relevanten Kommunikatorstudien der vergangenen Jahre zieht die „Synopse: Journalismus als Beruf" [24]). Sie soll einerseits im zusammenfassenden Vergleich dazu dienen, die Ergebnisse bisheriger Journalisten-Studien auf ihre kommunikationspolitische Bedeutung hin zu überprüfen, andererseits Anhaltspunkte für die Forschungsplanung liefern.

Das damit verbundene Expertengespräch „Journalismus als Beruf" [25]) im Presse und Informationsamt der Bundesregierung mit mehreren Fachvertretern und Angehörigen der beteiligten Ressorts diente dazu, die Ergebnisse aus allen Kommunikatorstudien (auch solchen, die nicht zu den Aufträgen im Rahmen des Forschungsprogramms der Bundesregierung gehören) zu diskutieren und daraus kommunikationspolitische Folgerungen zu ziehen.

2 Medienstruktur und -angebot

2.1

Einstellungen der Verleger zum intermediären Wandel allgemein und konkret zur möglichen Anpassung ihrer Zeitungen an Einflüsse des Fernsehens wurden (in Ergänzung einer früheren, ähnlich angelegten Erhebung bei Chefredakteuren) erfragt [26]). Es bestätigte sich, daß intramediäre Konkurrenzeinflüsse von größerer Bedeutung sind.

---

[21]) Auftragnehmer: AfK, München. Projektleitung: Dipl.-Soz., Dipl.-Volksw. F. Schumacher. Bericht vom Oktober 1975; Umfang: XIII, 203 und 12 Seiten Anhang (unpag.).

[22]) Auftragnehmer: AfK, München. Projektleitung: J. Huber. Bericht vom November 1976; Umfang: 123 und 10 Seiten Anhang.

[23]) Auftragnehmer: Institut für Projektstudien, Hamburg. Projektleiter: A. J. Wiesand. Bericht vom November 1975; Umfang: II, 339 S. mit unpaginiertem Tabellenteil.

[24]) Auftragnehmer: AfK, München. Projektleitung: Dr. H.-J. Weiß. Bericht vom September 1977; Umfang: III, 719 Seiten.

[25]) Auftragnehmer (Gesprächsvorbereitung und Protokoll): AfK, München. Gesprächsvorbereitung: Dr. H.-J. Weiß; Protokoll: H. R. Uekermann, M.A. Umfang: V, 73 Seiten (Diskussionsvorlage); (II), 42 Seiten (Protokoll).

[26]) Auftragnehmer: Prof. Dr. E. Noelle-Neumann, Institut für Publizistik der Universität Mainz. Bericht „Die Tageszeitung neben dem Fernsehen. Eine Verlegerbefragung zum intermediären Wettbewerb" vom 31. Oktober 1974; Umfang: XII, 39 Seiten und Anlagenteil (22 Tabellen, Fragebogen).

2.2

Durch Befragung von Abonnenten-Haushaltungen lieferte das Gutachten „Publizistik im Ruhrgebiet" [27]) Aufschlüsse darüber, ob und inwieweit das Nebeneinanderbestehen von mehreren örtlichen und regionalen Zeitungen Auswirkungen auf das Rezipientenverhalten der Bevölkerung hat und inwieweit das aus dieser Wettbewerbssituation heraus entstehende breitere Informationsangebot von den Lesern genutzt wird. In einem ergänzenden Gutachten „Zeitungsstruktur im Ruhrgebiet" [28]) wurden Daten zur Entwicklung der Zeitungslandschaft im Ruhrgebiet seit 1945 nachgetragen, wobei der dortigen Wettbewerbslage besondere Aufmerksamkeit gewidmet wurde.

2.3

Im Rahmen der Forschungsvorhaben der Bundesregierung wurde eine Untersuchung des Hauptseminars am Institut für Kommunikationswissenschaft (Zeitungswissenschaft) der Universität München gefördert, die als Fallstudie das lokale Zeitungsmonopol in Ingolstadt [29]) behandelte.

2.4

Die Untersuchung „Zur Lage der lokalen Pressemedien unterhalb der traditionellen Lokalzeitung" [30]) geht von der Feststellung aus, daß nicht die auf einen Ort ausgerichtete Lokalzeitung, sondern die auf mehrere Städte und Gemeinden bezogene Kreiszeitung für die Struktur der Tagespresse in der Bundesrepublik Deutschland typisch ist. Gerade dieses Merkmal hat nach Ansicht der Autorin das Entstehen weiterer Druckmedien, und zwar sekundär aktueller Art, in noch kleineren Verbreitungsgebieten begünstigt. Die Arbeit überprüft struktur- und inhaltsanalytisch, was in 932 Städten und Gemeinden an Kirchen-, Vereins-, Partei-, Schüler- sowie Amts- und Gemeindeblättern, aber auch in Form von Stadtillustrierten, lokalen Wochen- oder Anzeigenblättern verbreitet wird.

2.5

Das Gutachten „Lokale Wochenblätter und Anzeigenblätter im Wettbewerb mit lokalen/regionalen Tageszeitungen" [31]) stellte angesichts der vielen neu entstehenden Periodika in lokalen Bereichen eine erste Marktübersicht dar. Seine Ergebnisse beruhen im wesentlichen auf einer Umfrage bei den Herausgebern und Verlegern solcher Titel.

2.6

Mit der Studie „Pressedienste in der Bundesrepublik Deutschland. Angebot, Nutzung, publizistische Funktion" [32]) wurde ein Bereich erforscht, in dem es bisher nur wenige Untersuchungen gab. Die politisch und wirtschaftlich orientierten Pressedienste sind jedoch von erheblicher Bedeutung für Informationsfluß und Meinungsbildung. Eine systematische Überprüfung des Materials zeigt das große Spektrum bei Angebot und Nutzung. Der Bericht umfaßt neben einer Sekundäranalyse der schon vorliegenden Fachliteratur eine Umfrage bei Herausgebern und Redakteuren von Pressediensten und eine empirische Untersuchung des formalen und thematischen Rahmens dieser Organe.

2.7

Die Kernfrage des Gutachtens „Organisationsgebundene und -gestützte Zeitschriftenpresse in der Bundesrepublik Deutschland" [33]) lautet, ob dieser Zeitschriftentypus innerhalb des gesamten Pressewesens eine so starke Sonderstellung einnimmt, daß es gerechtfertigt sein könnte, von Presseorganen „besonderer Ausprägung" zu sprechen, die nicht ohne weiteres mit den übrigen Erscheinungsformen der Zeitungs- und Zeitschriftenpresse vergleichbar sind. Der Gutachter gelangt zu dem Schluß, daß es sich hier sowohl hinsichtlich der inhaltlichen Struktur als auch der kommunikativen Stellung vielfach um besondere Blätter handelt; einer entsprechenden Differenzierung des Zeitschriftensektors stehen jedoch Schwierigkeiten entgegen.

2.8

Die Untersuchung „Auswirkungen neuer Kommunikationstechnologien und -systeme auf die Struktur der Fachmedien/Fachpresse" [34]) soll einen Beitrag zur Klärung der Frage leisten, ob sich aus den vermuteten Veränderungen, die aus der Einführung neuer Massenkommunikationstechnologien erwachsen, Gefahren für den freien Fachkommunikationsaustausch, insbesondere für die Entstehung und Verbreitung

---

[27]) Auftragnehmer: Prof. Dr. K. Koszyk, Sektion für Publizistik und Kommunikation der Ruhr-Universität Bochum. Bearbeitung: Dipl.-Soz. B. Grobe. Bericht vom Oktober 1974; Umfang: 149 Seiten, 29 Seiten Anhang.

[28]) Auftragnehmer: Prof. Dr. K. Koszyk, Sektion für Publizistik und Kommunikation der Ruhr-Universität Bochum. Mitarbeit: Dipl.-Soz. B. Grobe. Bericht vom Juni 1975; Umfang: II, 28 Seiten.

[29]) Projektleitung: Prof. Dr. Dr. O. B. Roegele/Dr. Petra E. Dorsch, Institut für Kommunikationswissenschaft (Zeitungswissenschaft) der Universität München. Bericht „Donau Kurier (Ingolstadt) — eine Zeitung mit Lokalmonopol" vom Dezember 1975; Umfang: 138 Seiten und nicht gez. Anhang.

[30]) Auftrganehmer: Dr. Petra E. Dorsch, Institut für Kommunakationswissenschaft (Zeitungswissenschaft) der Universität München. Bericht vom Dezember 1976; erweiterte Fassung vom September 1977; Umfang: XXI, 182 Seiten und unpag. Anhang.

[31]) Auftragnehmer: Arbeitsgruppe Pressevertrieb Gerhard Sondermann, Hamburg. Bericht vom Februar 1975; Umfang: 163 Seiten.

[32]) Auftragnehmer: Dr. H. J. Weiß, Institut für Kommunikationswissenschaft (Zeitungswissenschaft) der Universität München. Bericht vom Februar 1978; Umfang: 228 Seiten und unpag. Anhang.

[33]) Auftragnehmer: Prof. Dr. H.-D. Fischer, Sektion für Publizistik und Kommunikation der Ruhr-Universität Bochum. Bericht vom Juli 1976; Umfang: VIII, 495 Seiten.

[34]) Auftrag wurde am 30. Dezember 1977 erteilt an Sozialforschung Brög, München.

von Primärwissen ergeben, und welche medienpolitischen Schlüsse daraus zu ziehen wären.

2.9

Die Studie „Entwicklung der AV-Medien unter dem Aspekt intermediärer Konkurrenz und Konzentration auf nationaler und internationaler Ebene" [35]) stellt unter publizistischen, kommunikationspolitischen und ökonomischen Aspekten für eine problemorientierte Diskussion Aussagen und empirische Ergebnisse bereit. Da die AV-Medien sich nicht so schnell wie mancherseits erwartet durchgesetzt haben, besteht nach Ansicht der Gutachter noch die Möglichkeit, Kriterien für Regelungen zu entwickeln, die sich in eine medienpolitische Gesamtkonzeption einordnen lassen.

2.10

Im Gutachten „Kabelkommunikation und Informationsvielfalt. Eine Problemanalyse zur Gestaltung von Pilotprojekten unter dem Aspekt der Wirkung auf die Presse" [36]) steht die rasche Entwicklung der Technik der Print- und der Telekommunikation im Mittelpunkt. Die Auswirkung neuer Kommunikationsmedien (Breitbandkabel-Verteilanlagen mit Rückkanal) auf die Presse kann nach Darstellung der Gutachter nur durch breitangelegte Modellversuche ermittelt werden.

2.11

Eine wichtige allgemeine Grundlage zur Beurteilung der Mediensituation, wie sie sich in der Bundesrepublik Deutschland bis zum aktuellen Stand entwickelt hat, sind die „Materialien zur Medienstruktur und Kommunikationspolitik", die seit 1971 regelmäßig erarbeitet werden [37]). Alle Bände fassen in Sekundäranalysen, aber auch durch eigene Berechnungen und Interpretationen relevanter Daten und Entwicklungen zusammen, was sich in den Bereichen Presse, Buchmarkt, Tonträger, Hörfunk und Fernsehen, Film, neue Medien, Nachrichtenagenturen sowie Werbewirtschaft ereignet hat und an kommunikationspolitisch wichtigen Vorgängen zu würdigen ist. Neben mehreren Standardteilen sind auch Schwerpunktberichte zu finden, die sich von Jahr zu Jahr unterschiedlichen, jeweils besonders aktuellen Fragen zuwenden.

3 Medieninhalte

3.1

Aufschluß über die Kriterien, die bei der Nachrichtenauswahl durch Journalisten und bei der Rezeption durch das Publikum eine ausschlaggebende Rolle spielen, vermitteln zwei Berichte, die als zusammengehörende Untersuchungen zu sehen sind. Im ersten Teil „Die Realität in den Nachrichtenmedien" [38]) wird dargelegt, welche inhaltlichen Momente in den Augen von Redakteuren den Nachrichtenwert eines Ereignisses bestimmen und über seine Veröffentlichungschancen entscheiden. Werden bei dieser Studie sehr viele Medien während eines kurzen Zeitraumes beobachtet, so analysiert die Anschlußuntersuchung „Nachrichtenstruktur und politische Informiertheit" [39]) umgekehrt relativ wenige Medien über drei Monate hinweg und gilt der Frage, wie stabil die Nachrichtenstrukturen oder wie variabel sie in Abhängigkeit von der jeweiligen Ereignislage sind. Die Studie leistet einen Beitrag zur Beantwortung der Frage, welche Beziehungen zwischen den Nachrichtenstrukturen und den politischen Vorstellungen der Bürger bestehen.

3.2

Das Gutachten „Öffentlichkeitsarbeit staatlicher Organe als Bestandteil des Kommunikationsprozesses" [40]) wertet relevante Veröffentlichungen zur Frage der staatlichen Öffentlichkeitsarbeit aus; dabei wurden Problemschwerpunkte ermittelt und Arbeitshypothesen formuliert.

3.3

Die Bandbreite des politischen Informationsangebotes deutscher Tageszeitungen soll in einer noch nicht abgeschlossenen Aussagenanalyse „Struktur der Berichterstattung der deutschen Tagespresse" [41]) de-

---

[35]) Auftragnehmer: Prof. Dr. J. Aufermann, Institut für Publizistik der Universität Göttingen; M. Knoche, M. A., Institut für Publizistik der Freien Universität Berlin; Prof. Dr. B. P. Lange, Lehrstuhl für Wirtschaftstheorie der Universität Osnabrück und Prof. Dr. A. Zerdick, Fachhochschule für Wirtschaft Berlin. Bericht vom September 1976; Umfang: VII, 303 Seiten.

[36]) Auftragnehmer: Prof. Dr. W. Kaiser, Institut für Nachrichtenübertragung der Universität Stuttgart; Prof. Dr. B. P. Lange, Lehrstuhl für Wirtschaftstheorie der Universität Osnabrück; Prof. Dr. W. R. Langenbucher, Institut für Kommunikationswissenschaft (Zeitungswissenschaft) der Universität München; Prof. Dr. P. Lerche, Institut für Politik und Öffentliches Recht der Universität München; Prof. Dr. E. Witte, Institut für Organisation der Universität München. Bericht vom Juni 1977; Umfang: V, 259 Seiten.

[37]) Auftragnehmer: AfK, München. Materialien 1973/74. Projektleitung: J. Huber. Bericht vom November 1975; Umfang: 536 Seiten. Materialien 1975: Projektleitung: J. Huber. Bericht vom November 1976; Umfang: 402 Seiten. Materialien 1976: Projektleitung J. Huber. Bericht vom November 1977; Umfang: 461 Seiten. Auftrag für Materialien 1977 erteilt am 8. Dezember 1977 an AfK, München.

[38]) Auftragnehmer: Prof. Dr. W. Schulz, Institut für Publizistik der Universität Mainz. Bericht vom September 1975; Umfang: 225 Seiten.

[39]) Auftragnehmer: Prof. Dr. W. Schulz, Institut für Publizistik der Universität Mainz. Bericht vom Dezember 1977; Umfang: IX, 176 Seiten.

[40]) Auftragnehmer: AfK, München. Projektleitung: G. Nahr. Bericht vom Oktober 1977; Umfang: XX, 255 Seiten.

[41]) Auftrag wurde am 19. Dezember 1977 erteilt an Dr. K. Merten, Fakultät für Soziologie der Universität Bielefeld.

tailliert untersucht werden, und zwar aufgrund quantitativer wie qualitativer Kategorien.

4 Nutzung und Wirkung

4.1

Beim Thema „Mediennutzungs- und -wirkungsforschung" lautete die primäre Fragestellung, ob es unter den vielfältigen Bemühungen der Werbewirtschaft und der Umfrageforschung solche gibt, deren Ergebnisse sich dazu nutzen lassen, kommunikationspolitischen Zielen der Bundesregierung näherzukommen. Daher wurde dieser Bereich mit unterschiedlicher Schwerpunktsetzung von zwei Gutachtern getrennt behandelt. Sowohl der Bericht aus der Sicht der Werbewirtschaft „Mediennutzungs- und -wirkungsforschung: Bestandsaufnahme und Kritik" [42]) als auch das auf den Erkenntnissen der empirischen Sozialforschung basierende Gutachten „Mediennutzungs- und -wirkungsforschung: Theorie, Empirie und Prognose" [43]) stimmen in ihren Ergebnissen darin überein, daß die Praxis insbesondere keine Antwort auf solche Fragen bietet, wie die Leistungsfähigkeit des gesellschaftlichen Kommunikationssystems oder Voraussetzungen der Meinungsbildung über das politische Geschehen verbessert werden könnten. Beide Arbeiten sind indessen kritische Zusammenfassungen der wichtigsten Kommunikationsmodelle, die von Medienforschern im Hinblick auf die Probleme von Nutzung und Wirkung der Massenmedien aufgestellt wurden. Dabei wird auch deutlich, über welche Fülle von Fragen bisher noch keine gesicherten oder befriedigenden Erkenntnisse vorliegen.

4.2

Eine Untersuchung, die sich ebenfalls den Verhältnissen zwischen Kommunikationsstruktur und Wirkungsmechanismen widmet, ist das Projekt „Entwicklung von Meßmethoden zur Erfassung der Zusammenhänge zwischen Struktur einer Kommunikation und Einstellungsstruktur beim Rezipienten" [44]). Methodischer Ausgangspunkt ist die These, daß eine Bearbeitung dieser Frage sich nicht mehr wie bisher auf die Untersuchung einzelner Abhängigkeiten mit einseitig gerichteten Wirkungen beschränken darf, sondern von einem Interaktionsprozeß ausgehen muß, der die simultane Berücksichtigung vieler wechselseitig abhängiger Variablen erfordert. Zu diesem Zweck wurden neue Meßverfahren getestet und an Hand vorgegebener Texte bei einer Reihe von Versuchspersonen angewendet. Dabei zeigte sich, daß bestimmte Botschaften zwar starke emotionale Effekte auslösen, allein aber keine Veränderung von Einstellungen bewirken konnten.

4.3

Die Untersuchung „Selektion im Prozeß der Massenkommunikation" [45]) ist konzipiert als Bestandsaufnahme bisheriger Forschungsansätze und Arbeiten zur Klärung von Selektionsmechanismen, die den Wirkungseinflüssen der Medien vorgelagert sind. Die Analyse zahlreicher Faktoren, die für eine Selektionsmotivation ausschlaggebend sind, ermöglicht eine vertiefende Bewertung von Selektionskriterien, für die auch empirische und demoskopische Erhebungen zum Selektionsverhalten herangezogen werden.

4.4

Vom langfristig angelegten Forschungsvorhaben „Fernsehen als Sozialisationsfaktor" [46]) unter besonderer Berücksichtigung von Gewaltdarstellungen im Fernsehen liegen bisher nur Teilergebnisse vor.

5 Wirtschaft und Wettbewerb

5.1

Der Bericht „Bedeutung und Grenzen der Statistiken über Werbekosten und Werbeaufwendungen in der Bundesrepublik Deutschland" [47]) stellt sich die Aufgabe, Klarheit in eine von statistischen Streitfragen wie definitorischen Ungenauigkeiten belastete Thematik zu bringen. Er enthält Angaben, die wegen der hohen Werbeaufwendungen und ihrer Bedeutung als volkswirtschaftlicher Indikator wesentlich sind.

5.2

Das Gutachten „Anzeigen-Kooperationen und ihre Bedeutung für die Tagespresse in der Bundesrepublik Deutschland" [48]) steuert eine Bestandsaufnahme der bestehenden Anzeigen-Kooperationen bei und legt ihre Rolle als eine von mehreren Kooperationsvarianten für Zeitungsverlage offen, die man vor allem bei der überlokalen Werbung antrifft. Zum Beispiel reichten Mitte 1975 197 Belegungseinheiten aus, um die Leser von 413 Tageszeitungen zu erreichen.

---

[42]) Auftragnehmer: Beratungsgruppe Uenk, München. Bericht vom November 1974; Umfang: III, 196 Seiten und unpag. Anhang (Band 1), V, 174 Seiten (Band 2).

[43]) Auftragnehmer: Infratest, München. Projektleiter: G. Unholzer. Bericht vom November 1975; Umfang: III, 211 Seiten und unpag. Anhang.

[44]) Auftragnehmer: Prof. Dr. E. Roth, Psychologisches Institut der Universität Salzburg. Mitarbeit: Dr. Elisabeth Ardelt und Dr. W. Klimesch. Bericht vom Dezember 1977; Umfang: 57 Seiten und 107 Seiten Anhang.

[45]) Auftragnehmer: Dr. Petra E. Dorsch, Institut für Kommunikationswissenschaft (Zeitungswissenschaft) der Universität München. Bericht vom Juni 1978; Umfang: IV, 196 Seiten mit 29 Tabellen und 4 Schaubildern.

[46]) Vgl. dazu Medienbericht 1974, Drucksache 7/2104 S. 77.

[47]) Auftragnehmer: Beratungsgruppe Uenk, München. Bericht vom Dezember 1976; Umfang: VIII, 161 und 109 Seiten Anhang.

[48]) Auftragnehmer: Beratungsgruppe Uenk, München. Bericht vom August 1975; Umfang: 305 Seiten (Band I), 263 Seiten (Band II).

In der Parallel-Untersuchung „Die Bedeutung von Anzeigen-Kombinationen für die Publikumszeitschriften in der Bundesrepublik Deutschland" [49]) wird die zunehmende Konzentration auch des Zeitschriftenmarktes erläutert. Es sind immer neue Möglichkeiten angeboten worden, über zahlreiche Kombinationssysteme und Rabattgewährung bei günstigen Bedingungen in mehreren Titeln zu inserieren. Neben einer Problemanalyse enthält die Arbeit eine Aufstellung der verschiedenen Kombinationstypen, Zahlenmaterial und Gespräche in betroffenen Verlagen.

5.3

Das Problem marktbeherrschender Zeitungsverlage aus kartell- und wettbewerbsrechtlicher Sicht erörtert die Studie „Verlagskonzentration und Meinungsvielfalt im Pressewesen" [50]). Zu den zusammenfassenden Thesen zählt, daß die Lebensfähigkeit von Zeitungsverlagen mittlerer und geringer Auflage das wichtigste strukturelle Problem im Pressewesen sei. Gegen marktbeherrschende Unternehmen wird vom Verfasser die strikte Anwendung des Kartellrechts gefordert. Weiter wird dargestellt, daß es auch im Pressebereich untersagt sei, daß marktbeherrschende Unternehmen ihre Vorteile aus (von ihnen) beherrschten Märkten auf nicht beherrschte übertragen. Sinngemäß gelte dies auch für neue Medien.

5.4

Die Aufgabe des Gutachtens „Konjunkturelle Entwicklung und Pressekonzentration in der Bundesrepublik Deutschland" [51]) lag darin, die bisher vorliegenden Aussagen zum Problemkreis der Konjunkturreagibilität der Tagespresse zusammenzufassen und gegenüberzustellen. Danach wird ein Interpretationsrahmen für die Untersuchung konjunktureller Einflüsse entwickelt und empirisch belegt. Außerdem wird die Frage eines Wirkungszusammenhangs zwischen Konjunktur und Pressekonzentration untersucht und im wesentlichen verneint.

5.5

In einem Gutachten „Voraussetzungen und Chancen für kleinere und mittlere Zeitungsverlage, sich im Wettbewerb zu behaupten" [52]) ist der Einfluß der neuen Zeitungstechnik auf die wirtschaftliche Leistungsfähigkeit solcher Tageszeitungsverlage untersucht worden. Insbesondere ist dabei die Frage behandelt worden, ob und inwieweit die Wettbewerbsbedingungen durch zwischenbetriebliche Zusammenarbeit vor allem im technischen Bereich verbessert werden können und welche Lücken in der Systemtechnik bei kleinen und mittleren Zeitungsverlagen vorhanden sind.

5.6

Die „Nachrichtenübermittlung innerhalb von Zeitungsverlagen" [53]) wurde mit Hilfe von Primär- und Sekundäranalysen sowie schriftlichen und mündlichen Umfragen bei Verlagen untersucht. Ziel war es, für die Jahre 1968 bis 1975 Veränderungen der Kommunikationswege bei Zeitungsverlagen festzustellen und zu überprüfen, ob Probleme — vor allem bei der Herstellung von Montagsausgaben — entsprechend der von Verlegern geäußerten Ansicht durch Leistungseinschränkungen der öffentlichen Hand (Bundesbahn und Bundespost) entstanden sind.

6 Rechtliche und politische Fragen

6.1

Um grundsätzliche Begriffsbestimmungen, die im Rahmen kommunikationspolitischer Diskussionen und Entscheidungen bedeutsam sein können, bemüht sich die Arbeit „Pressemedien: Definitionen, Abgrenzungen und ihre kommunikationspolitische Notwendigkeit" [54]). Beruhend auf dem Befund, daß zwischen den zahlreich angebotenen und verwendeten Umschreibungen für ein und dieselbe Sache keine oder kaum Deckungsgleichheit besteht, wird die Aussagefähigkeit von Definitionen an den Erfordernissen des jeweiligen Anwendungsbereiches gemessen. Schließlich wird geprüft, ob bzw. inwieweit sich aus der Bestandsaufnahme und Analyse Hinweise auf Lösungsmöglichkeiten, d. h. trennscharfe, realisierbare Abgrenzungen ergeben.

6.2

Das Gutachten „Die verfassungsrechtliche Beurteilung der Einführung von Öffnungsklauseln in Zeitungen und Zeitschriften" [55]) kommt zu dem Ergebnis, daß die Einführung einer Öffnungsklausel, d. h. einer gesetzlichen Verpflichtung, die der privatrechtlich organisierten Presse aufgibt, Gruppen mit selbstverfaßten Beiträgen einen Zugang zu Presseerzeugnissen zu gewähren, der über Leserbrief, Gegendarstellungsanspruch und Anzeigen hinausgeht, gegen Artikel 5 Abs. 1 Satz 2 GG verstoßen würde und daher verfassungsrechtlich unzulässig wäre. Eine Gesetzesklausel, die einen Zugang zum Anzeigenteil

---

[49]) Auftragnehmer: Beratungsgruppe Uenk, München. Bericht vom Mai 1976; Umfang: 189 Seiten und 242 Seiten Anhang; 281 Seiten Anlagen.

[50]) Auftragnehmer: Prof. Dr. E.-J. Mestmäcker, Fakultät für Rechtswissenschaft der Universität Bielefeld. Bericht vom Mai 1977; Umfang: IV, 178 Seiten.

[51]) Auftragnehmer: Prof. Dr. K. P. Kisker, M. Knoche, M. A., Prof. Dr. A. Zerdick (Berlin). Bericht vom Dezember 1976; Umfang: V, 344 Seiten.

[52]) Auftragnehmer: Graphic-Consult Stöger + Partner, München. Bericht vom April 1978; Umfang: 460 Seiten.

[53]) Auftragnehmer: K. H. Teckentrup, Konstanz. Bericht vom Februar 1977; Umfang: XXXII, 342 Seiten.

[54]) Auftragnehmer: Beratungsgruppe Uenk, München. Bericht vom November 1974; Umfang: III, 199 Seiten.

[55]) Auftragnehmer: Prof. Dr. I. von Münch, Universität Hamburg. Bericht vom November 1974; Umfang: II, 124 Seiten, 18 Seiten Anmerkungen und 20 Seiten Anlage.

schafft, erscheint demgegenüber verfassungsrechtlich zulässig.

6.3

Der empirischen und rechtstheoretischen Vorbereitung möglicher gesetzlicher Regelungen der sogenannten „inneren Pressefreiheit" dienen die folgenden, inzwischen abgeschlossenen Gutachten:

6.3.1

Die Studie „Zur Situation der inneren Pressefreiheit im internationalen Vergleich" [56]) behandelt Probleme der „inneren Pressefreiheit", wie sie sich anhand der Verhältnisse in Großbritannien, Frankreich und Schweden darstellen. Zusammenfassend konnte festgestellt werden, daß insgesamt nur sehr begrenzte Vergleichsmöglichkeiten zur Bundesrepublik Deutschland gegeben sind.

6.3.2

Gegenstand des Gutachtens „Betriebsverfassung und redaktionelle Mitbestimmung in der Presse" [57]) ist die Stellungnahme zu Rechtsfragen, die sich im Spannungsfeld zwischen presserechtlichen Regelungen der „inneren Pressefreiheit" und dem geltenden Arbeits- und Betriebsverfassungsrecht ergeben.

6.3.3

Das Gutachten „Mitbestimmung in der Presse. Eine empirische Untersuchung über Redaktionsstatute in deutschen Tageszeitungen" [58]) war darauf ausgerichtet, die bisher mit Redaktionsstatuten in der Bundesrepublik Deutschland gewonnenen Erfahrungen zu sammeln und aufzubereiten.

6.3.4

Unter Anknüpfung an die in den vorgenannten Gutachten gewonnenen Erkenntnisse sowie unter Berücksichtigung neuer Erfahrungen sollten im Gutachten „Ein Optimalmodell redaktioneller Mitbestimmung in der Presse" [59]) Vorschläge über eine Änderung der Pressebinnenstruktur in Form eines Baustein-Modells für ein gegenwärtig realisierbares Redaktionsstatut entwickelt werden. Um die erforderliche Flexibilität der Formen und Inhalte möglicher Regelungen zu sichern, werden nur die Grundstrukturen übergreifend fixiert und so Variationsmöglichkeiten für zeitungs- bzw. redaktionsspezifische Einzelausgestaltungen geschaffen.

6.4

Das Rechtsgutachten „Zur rechtlichen Einordnung der audio-visuellen Medien (Bildträger)" [60]) behandelt die Frage nach der rechtsbegrifflichen und kompetenzrechtlichen Einordnung der audio-visuellen Medien. Es kommt zu dem Ergebnis, daß sie nach dem Prinzip der relativ stärksten Gleichheit sowohl dem Presse- als auch dem Filmbegriff zugeordnet werden können, und daß der Bundesgesetzgeber aufgrund seiner Rahmengesetzgebungskompetenz aus Artikel 75 Nr. 2 GG befugt ist, eine entsprechende medienpolitische Einordnung — auch als partielle Vollregelung — vorzunehmen.

6.5

Das aus aktuellem Anlaß vergebene Rechtsgutachten „Pflicht der Presse zur Veröffentlichung politischer Anzeigen?" [61]) ergab u. a., daß nach eigenen Angaben der befragten Zeitungsverlage 58,1 % eine Anzeigenveröffentlichung nicht verweigert hatten, aber nur 29,3 % von einer Rechtspflicht zum Abdruck politischer Anzeigen ausgehen. Eine überwiegende Mehrzahl der ebenfalls befragten betroffenen Organisationen (Parteien, Verbände, Wählervereinigungen) hielt eine gesetzliche Regelung der Abdruckpflicht für erforderlich. Zur Rechtslage stellt das Gutachten im wesentlichen fest, daß den Anzeigenmarkt beherrschende Presseunternehmen prinzipiell einem auf allgemeinen privatrechtlichen Grundsätzen beruhenden Diskriminierungsverbot unterliegen. Dieses hat entsprechend § 26 Abs. 2 GWB den Charakter einer Generalklausel und gilt grundsätzlich zugunsten aller.

6.6

Mit der Untersuchung „Komparative Status- und Funktionsanalyse nationaler ‚Presseräte' in weltweiter Perspektive" [62]) wurde eine Bestandsaufnahme von Aufgaben, Struktur, Arbeitsweise und Wirksamkeit der bestehenden Presseräte erbracht.

6.7

Das internationale Symposium zum Thema „Praktiken des unlauteren Wettbewerbs auf dem Pressemarkt und ihre juristische Bewertung de lege late et de lege ferenda" [63]) vom 21. bis 23. Oktober 1976 im Deutschen Institut für publizistische Bildungsarbeit — Journalistenzentrum Haus Busch, Hagen, sollte

---

[56]) Auftragnehmer: Prof. Dr. H.-D. Fischer, Sektion für Publizistik und Kommunikation der Ruhr-Universität Bochum. Bericht von März 1974; Umfang: III, 277 Seiten.

[57]) Auftragnehmer: Prof. Dr. W. Hoffmann-Riem, Universität Hamburg. Bericht vom Mai 1974; Umfang: 97 Seiten und 13 Seiten Anhang.

[58]) Auftragnehmer: Prof. Dr. W. Hoffmann-Riem, Universität Hamburg. Bericht vom April 1974; Umfang: 136 Seiten (Teil 1). 89 Tabellen (Teil 2).

[59]) Auftragnehmer: Prof. Dr. W. Hoffmann-Riem, Universität Hamburg. Bericht vom Dezember 1976; Umfang: 369 Seiten, 8 Seiten Anhang.

[60]) Auftragnehmer: Prof. Dr. R. Scholz, Berlin. Bericht vom Dezember 1975; Umfang: 70 Seiten.

[61]) Auftragnehmer: Prof. Dr. F. Kübler, Universität Frankfurt. Bericht vom März 1976; Umfang: 89, 12 Seiten und 18 Seiten Anhang.

[62]) Auftragnehmer: Prof. Dr. H.-D. Fischer, Sektion für Publizistik und Kommunikation der Ruhr-Universität Bochum. Bericht vom Dezember 1974; Umfang: XXI, 454 Seiten.

[63]) Auftragnehmer für Gesprächsvorbereitung und Protokoll: Prof. Dr. H. D. Fischer, Sektion für Publizistik und Kommunikation der Ruhr-Universität Bochum. Tagungsbericht mit Referats- und Diskussionsprotokollen vom Oktober 1976; Umfang: 376 Seiten.

dazu dienen, die Formen des Verdrängungswettbewerbs als generelles Problem des Pressewesens in den Ländern der westlichen Welt und Möglichkeiten zu seiner Bekämpfung im internationalen Vergleich kennenzulernen. Unter Beteiligung von Kommunikationswissenschaftlern, Praktikern und Wissenschaftlern des Wettbewerbsrechts aus neun Ländern ergab sich eine Fülle empirischen Materials und von Erkenntnissen insbesondere auch über Zusammenhänge von Medienpolitik, Marktstruktur, Kooperation und Konzentration mit dem Tagungsthema.

6.8

Die Untersuchung „Kommunikationspolitik im Ausland" [64]) besteht aus drei Teilen: aus national orientierten Monographien für 15 Staaten, aus vergleichenden Analysen zu kommunikationspolitischen Einzelproblemen und aus einer problemorientierten Zusammenfassung. Diese Arbeiten waren angezeigt, da die generelle Entwicklung der letzten Jahre zu neuen einschlägigen Gesetzen und international zu verstärktem medienpolitischen Engagement geführt hat. So ist die Kenntnis der ausländischen Kommunikationsverfassungen notwendig im Interesse guter Lösungen im Inland, auch wenn die Probleme differieren.

[64]) Auftragnehmer: AfK, München. Projektleitung: J. Huber. Band I: Bericht vom September 1977; Umfang: 694 Seiten. Band II: Bericht vom November 1977; Umfang: IV, 150 Seiten. Band III: Bericht vom Januar 1978; Umfang: 48 Seiten.

F. Journalisten und freie Mitarbeiter

I. Angestellte Journalisten

Nach den amtlichen Ergebnissen der Volks- und Berufszählung 1970 [1]) gab es in der Bundesrepublik Deutschland 29 100 erwerbstätige Publizisten [2]) bei einer Gesamtzahl der Erwerbstätigen von rd. 26 686 000, darunter — nach eigenen Angaben — 23 700 erwerbstätige Journalisten, davon bei der Presse 15 200 Journalisten (12 000 Angestellte, 3 000 Selbständige [3])), bei den Rundfunkanstalten 3 900 Journalisten (3 000 Angestellte, 920 Selbständigen [3])). Mangels neuer amtlicher Erhebungen läßt sich nicht exakt ermitteln, wie viele Journalisten derzeit und in welchen Medienbereichen tätig sind.

Für den *Bereich der Tagespresse* ergibt erstmals seit 1970 die Auswertung der 1. Erhebung nach dem Pressestatistikgesetz für Ende 1975 wieder konkrete Größen; danach sind in Redaktionen 11 200 Beschäftigte, davon 7 300 im Verlagsbereich Zeitung, 3 700 im Verlagsbereich Zeitschriften.

1 Arbeitsmarkt [4])

Unter den im September 1977 gezählten 911 239 Arbeitslosen befanden sich 956 erwerbslose Publizisten [5]). Wegen der Vielfältigkeit der journalistischen Arbeitsplätze ist die Aussagefähigkeit der Arbeitslosenzahlen nur von geringer Transparenz. Eine Erörterung der Frage der journalistischen Arbeitslosigkeit führte deshalb häufig wegen des wenig gesicherten Zahlenmaterials zu stark divergierenden Auffassungen. Letzte Erhebungen stellen gegenüber der Gesamtheit der Berufstätigen bei Journalisten eine unterdurchschnittliche Arbeitslosenquote fest [6]). Um in etwa für diese Diskussion eine tragfähige Basis zu finden, ist 1975 mit Unterstützung der Bundesanstalt für Arbeit eine schriftliche Erhebung [7]) durchgeführt worden (in die drei Viertel der zum Befragungszeitraum arbeitslos gemeldeten Publizisten einbezogen waren), in der u. a. festgestellt werden sollte, inwieweit es sich bei den als arbeitslos registrierten Publizisten um „echte" Journalisten handelt.

Nur für diesen Personenkreis sollten Ursachen und Struktur der Arbeitslosigkeit untersucht werden. Diese Abgrenzung ist deshalb erforderlich, weil die Einordnung der Arbeitslosen zu bestimmten Berufen in den amtlichen Arbeitslosen-Statistiken zwar unter der Berücksichtigung der beruflichen Qualifikation, aber nach dem für die Zukunft geäußerten Berufswunsch erfolgt, unabhängig davon, ob der Arbeitslose eine entsprechende Tätigkeit bereits ausgeübt hat oder nicht. Die Statistiken über die Zahl der Arbeitslosen in bestimmten Berufen geben daher keine zuverlässige Auskunft darüber, in welchem

[1]) Die Volks- und Berufszählung wird nur alle 10 Jahre durchgeführt. Die Zahl der Tätigen ist jeweils auf 100 auf- bzw. abgerundet.

[2]) Die Berufsordnung 821 — Publizisten — umfaßt alle Erwerbstätigen, die im Hauptberuf publizistisch arbeiten: u. a. gehören dazu neben den Journalisten die Schriftsteller, Dramaturgen, Lektoren, Sprecher. Zur Bestimmung des Anteils der „echten" Journalisten sei auf die Ausführungen in Abschnitt F.I.1. (Arbeitsmarkt) verwiesen.

[3]) Die Differenz zur Gesamtzahl ergibt sich aus der Zahl der mithelfenden Familienangehörigen.

[4]) Quelle: Institut für Arbeitsmarkt- und Berufsforschung der Bundesanstalt für Arbeit (Hrsg.): „Materialien aus der Arbeitsmarkt- und Berufsforschung", Jg. 1976/ Nr. 1.

[5]) Datenmaterial ist der Tabelle F 1 zu entnehmen.

[6]) Vgl. Arbeitsgemeinschaft für Kommunikationsforschung: Journalismus als Beruf. Gutachten für das Presse- und Informationsamt der Bundesregierung. München 1977 (unveröff.).

[7]) Vgl. Arbeitsgemeinschaft für Kommunikationsforschung: Beschäftigungssituation und Arbeitsmarktlage von Journalisten in der Bundesrepublik Deutschland. Gutachten für das Presse- und Informationsamt der Bundesregierung. München 1975; (veröff. als:) Teil B in: Wolfgang R. Langenbucher/Otto B. Roegele/Frank Schumacher: Pressekonzentration und Journalistenfreiheit. Berlin 1976.

Tabelle F 1

Arbeitsmarktdaten

	1973 (September)	1974 (September)	1975 (September)	1976 (September)	1977 (September)
Arbeitslose insgesamt	194 700	556 876	1 006 554	898 314	911 239
darunter arbeitslose Publizisten	384	629	1 058	956	898

Ausmaß bestimmte Berufe vom Risiko der Arbeitslosigkeit betroffen sind.

Die Autoren haben durch dieses Verfahren also sowohl die Berufsanfänger ausgeschlossen als auch solche Peronen, die nicht bereits in den Journalisten normalerweise zugeordneten Arbeitsfeldern tätig waren. Nach Auffassung der Autoren kann mit ausreichender Sicherheit angenommen werden (ohne daß dies im Detail begründet wird), daß etwa 50 % aller Publizisten als „echte Journalisten" zu bezeichnen sind. Die Studie kommt damit zu dem Schluß, daß gegenüber der Zahl der arbeitslos gemeldeten Publizisten die tatsächliche Zahl der arbeitslosen Journalisten unter den offiziellen Verlautbarungen liegt.

Wichtigste Ergebnisse des Forschungsgutachtens über die Struktur der Arbeitslosigkeit und die Wiedereingliederungschancen arbeitsloser Journalisten sind:

— Journalistische Arbeitslosigkeit ist ein Problem der Ballungsgebiete; in rund einem Viertel der Arbeitsamtsbezirke leben etwa zwei Drittel der arbeitslosen Journalisten, wobei neben München, Hamburg und Berlin die Räume Frankfurt/Main, Wiesbaden und Köln/Bonn Schwerpunkte sind.

— Journalistische Arbeitslosigkeit betrifft nicht in erster Linie ältere Arbeitnehmer; vielmehr fallen mehr als zwei Drittel der befragten arbeitslosen Journalisten in die Altersgruppierung bis 40 Jahre, während der Anteil der 51- bis 60jährigen bei 8,7 Prozent liegt und älter als 60 Jahre nur 4,5 % der befragten Berufsgruppe sind.

— Arbeitslose Journalisten unterscheiden sich hinsichtlich ihrer formalen Bildung — wie sich aus einem Vergleich mit anderen Untersuchungen ergibt — nicht von beschäftigten Journalisten. So haben 64,1 % der Befragten das Abitur abgelegt, die Oberschulquote (Abitur und mittlere Reife) liegt bei über 80 %. Von den Abiturienten haben 64,3 % mit einem Studium begonnen; es wurde aber in nur zwei Fünftel der Fälle (41 %) erfolgreich abgeschlossen.

— Die Mehrzahl der arbeitslosen Journalisten (53,4 %) hat vor der journalistischen Tätigkeit schon eine andere Tätigkeit erlernt bzw. ausgeübt (22,0 % kaufmännische, 12,8 % praktisch-handwerkliche, 10,6 % künstlerische und 10,6 % andere publizistische Berufstätigkeiten).

Ein Überblick über die in der Untersuchung festgestellten Ursachen der Arbeitslosigkeit ergibt:

— Konzentrationsvorgänge, wie Einstellung, Kooperation und Fusion waren bei rund einem Viertel der Fälle ursächlich;

— persönliche Gründe (wie Differenzen mit Vorgesetzten bzw. schlechtes Arbeitsklima und/oder schlechte Arbeitsbedingungen) waren in 39 % der Fälle ausschlaggebend;

— Kündigungen durch den Arbeitnehmer selbst sind in etwa einem Viertel der Fälle erfolgt.

Eine Gegenüberstellung der Tätigkeitsdauer der vorjournalistischen Arbeit und der insgesamt als Journalist verbrachten Berufszeit zeigt, daß die Mehrzahl der arbeitslosen Journalisten die weitaus längere Zeit im journalistischen Beruf zugebracht hat, wobei über die Hälfte der arbeitslosen Journalisten acht und mehr Jahre bereits publizistisch tätig war:

— Die Dauer der Arbeitslosigkeit liegt (nach Angaben der Befragten) in der Mehrzahl zwischen einem halben und einem Jahr: 38,4 % fallen in diese Gruppe; über ein Jahr arbeitslos waren 28 % der Befragten (darunter 8,8 %, das sind 23 Journalisten, die schon zwei- und mehrjährig arbeitslos waren).

— Als durchschnittliche Arbeitslosigkeit ergab sich ein Mittel von rd. 9¾ Monaten.

— Ein Drittel der arbeitslosen Journalisten waren Frauen.

Von Interesse ist, daß nach Auffassung der Befragten die Funktion des Arbeitsamtes als Stellenvermittler für journalistische Berufe gering bewertet wird. Als vorrangig werden bei der journalistischen Arbeitsvermittlung informelle Kontakte erachtet, während den Berufsverbänden ebenfalls nur eine geringe Bedeutung zugemessen wird. Nach der Untersuchung [8]) erwarten 61,6 % eine neue Stelle am ehesten über persönliche Beziehungen, 17,6 % über Stellenangebote in Zeitungen und Zeitschriften, ins-

[8]) Arbeitsgemeinschaft für Kommunikationsforschung: Beschäftigungssituation, a. a. O. (Anm. 7).

besondere Fachzeitschriften und nur 5,1 % durch Vermittlung des Arbeitsamtes. (Eine Nachprüfung bei nicht mehr arbeitslosen Journalisten zeigt aber einen Vermittlungserfolg des Arbeitsamtes bei rund 17 % der Befragten.)

Hinsichtlich der bisher nur wenig erforschten intermediären Mobilität der Journalisten, also beispielsweise des Wechsels von Druckmedien zu elektronischen Medien (Funk, Fernsehen), scheint die Untersuchung die Annahme zu bestätigen, daß eine solche Bereitschaft nur in geringem Umfang besteht. Eine solche Annahme wird weiter auch von der nur relativ geringen Meinung arbeitsloser Journalisten zu einem Berufswechsel getragen [9]).

2 Aus- und Weiterbildung

2.1 Aus- und Weiterbildungsmaßnahmen (mit-)getragen von Bund und Ländern

Den Fragen der Aus- und Weiterbildung der Journalisten mißt die Bundesregierung besondere Bedeutung zu. Befriedigende Aus- und Weiterbildungsmöglichkeiten sind nach ihrer Meinung von grundsätzlicher Bedeutung für die Erfüllung der Aufgaben von Presse und Rundfunk im Rahmen der demokratischen Willensbildung.

Der journalistische Nachwuchs wird traditionell im Volontariat ausgebildet. Ausbildungsordnungen, die der Zustimmung der beteiligten Arbeitgeber- und Arbeitnehmerorganisationen bedürften, sind nicht erlassen worden. Zwar gibt es Vorschläge von Berufsverbänden, in denen bestimmte Ausbildungslinien genannt werden, doch ist andererseits für die Journalistenberufe das Prinzip des offenen Zugangs wesentlich.

Trotz einer guten allgemeinen Vor- und Ausbildung der Journalisten muß angesichts der Komplexität der Verhältnisse und Entwicklungen in nahezu allen Bereichen, über die der Journalist zu berichten hat, der quantitativen und qualitativen Verbesserung ihrer medienspezifischen Ausbildung wie auch ihrer Fortbildung besondere Aufmerksamkeit gewidmet werden. Deshalb bieten auch Bund und Länder verschiedene Aus- und Weiterbildungsmöglichkeiten an, im universitären Bereich teilweise mit geregelten Studiengängen und Prüfungsabschlüssen.

Derzeit wird die journalistische Aus- und Weiterbildung in der Bundesrepublik Deutschland zwar gekennzeichnet durch ein vielfältiges Angebot journalistischer Ausbildungsmöglichkeiten, jedoch auch durch das Fehlen berufsorientierter Studienwege und insbesondere durch das unzureichende Angebot an Kursen zur Ergänzung der Volontärausbildung „vor Ort".

In den letzten Jahren hat sich die Diskussion über die besten Wege zur Ausbildung des journalistischen Nachwuchses und die Weiterbildung der Redakteure verstärkt [10]). Die Bundesregierung begrüßt dies.

Die herkömmliche Journalistenausbildung in Form des Volontariats wird weiterhin von den Redaktionen der Medien angeboten. Zusätzliche Weiterbildungsmöglichkeiten werden im wesentlichen von Bildungseinrichtungen getragen, die in den Zuständigkeitsbereich der Länder fallen. Bund und Länder fördern diese journalistische Aus- und Weiterbildung durch Zuschüsse. Die Bundesregierung beschränkt sich dabei auf Einzelmaßnahmen. Dabei handelt es sich um:

a) regelmäßige Zuschüsse für Seminare und Lehrgänge in journalistischen Ausbildungsstätten. Die Bundesregierung stellt dafür jährlich Mittel in Höhe von DM 300 000 zur Verfügung.

b) Die Deutsche Film- und Fernsehakademie Berlin wird vom Bund und dem Land Berlin zu gleichen Teilen getragen. Die Akademie hat die Aufgabe, Kenntnisse über Film und Fernsehen zu vermitteln und die künstlerische Entwicklung des Films und des Fernsehens zu fördern. Sie hat sich das Ausbildungsziel gesteckt, denjenigen, die selbständig und unabhängig im Filmbereich arbeiten wollen, eine theoretische und praktische Basis für ihre spätere berufliche Tätigkeit zu vermitteln. Die Ausbildung dauert 6 Semester. Es sind insgesamt etwa 60 Studienplätze vorhanden. Die Aufwendungen des Bundes hierfür beliefen sich im Jahre 1977 auf 1,719 Millionen DM:

c) Das Bundesministerium für Bildung und Wissenschaft beteiligt sich seit 1974 an einem Modellversuch für verbesserte Aus- und Weiterbildung von Journalisten, der von der Universität München in Zusammenarbeit mit der Deutschen Journalistenschule in München durchgeführt wird. Das Projekt läuft seit 1973 als „Berufsbezogener Studiengang im Bereich Kommunikationswissenschaft (Zeitungswissenschaft)". Für die zweite Durchführungsphase, die die Zeit vom 1. Oktober 1976 bis zum 30. September 1978 umfaßt, sind Ausgaben in Höhe von 223 680 DM vorgesehen.

   Der Modellversuch stellt einen Schritt zur Verwirklichung eines wissenschaftlich fundierten und gleichzeitig praxisnahen Journalisten-Studiums dar. Die ersten Studenten, die in diesem Projekt ausgebildet wurden, haben inzwischen ein viersemestriges Grundstudium und ein viersemestriges Hauptstudium sowie die praktischen Kurse an der Deutschen Journalistenschule mit anschließenden Praktika in Presse-, Hörfunk- und Fernsehredaktionen absolviert. Nach acht Semestern kann dieses Studium mit der Magisterprüfung abgeschlossen werden.

   Die positiven Erfahrungen mit dem Modellversuch haben zu dem Antrag des zuständigen Fachbereichs der Universität München geführt, diesen

[9]) Ebenda. Nach dieser Studie würden mehr als 50 % der arbeitslosen und nicht mehr arbeitslosen Journalisten erneut journalistische Berufe ergreifen; eine Umschulung wird in der Mehrzahl nur innerhalb des publizistischen Bereichs in Erwägung gezogen.

[10]) Eine umfassende Darstellung der Probleme journalistischer Aus- und Fortbildung sowie des Berufszugangs findet sich im Themenheft „Journalismus als Beruf" der Zeitschrift „Publizistik", 19. Jg. 1974/Heft 3 bis 4 — 20. Jg. 1975/ Heft 1 bis 2.

in einen regulären Studiengang „Journalistik" zu überführen, für den allerdings in Zukunft die entsprechenden Bestimmungen der Diplom-Prüfungsordnung maßgebend sein sollen.

d) Das Bundesministerium für Bildung und Wissenschaft beteiligt sich außerdem seit 1975 an dem Modellversuch „Entwicklung eines hochschulgebundenen integrierten Studienganges ‚Journalistik' unter Berücksichtigung des Tätigkeitsfeldes Kommunikation" an der Pädagogischen Hochschule Dortmund (PH Ruhr). Es hat für die Zeit vom 1. Mai 1977 bis zum 30. April 1979 einen Zuwendungsbetrag in Höhe von 855 650 DM bewilligt. Der Lehrbetrieb in dem integrierten Studiengang „Journalistik" wurde im Oktober 1976 für die ersten 51 Studenten aufgenommn.

   Vorgesehen ist ein achtsemestriges Studium, wobei zwei Semester in der zweiten Hälfte der Studienzeit der praktischen Ausbildung dienen sollen. Das Studium wird mit einem Diplom abgeschlossen, so daß 1980 die ersten Journalisten mit Diplom in den Beruf gehen können [11]).

e) Aufbauend auf den Ergebnissen des Forschungsprojektes „Journalismus und kommunale Öffentlichkeit" [12]) hat die Bundeszentrale für politische Bildung der Zielgruppe Lokalredakteure ausgewählte Fortbildungsangebote, wie: Entwicklung von Modellseminaren zu Spezialthemen des Lokaljournalismus (Kommunalpolitik und Wirtschaft im Lokalteil, Regionalplanung, Öffentlichkeit usw.) gemacht. Mit einem Projektteam Lokaljournalisten, das die Bundeszentrale bei allen Maßnahmen berät, wurde darüber hinaus der erste Band des „Handbuches für Lokaljournalisten" [13]) herausgegeben.

   Maßnahmen zur berufsbezogenen und allgemeinen politischen Fortbildung von Fernsehmitarbeitern bilden einen weiteren Schwerpunkt im Arbeitsprogramm der Bundeszentrale für politische Bildung. Sie beschränken sich nicht nur auf Mitarbeiter der politischen Programmressorts, sondern es werden auch sowohl festangestellte Redakteure anderer Programmbereiche als auch freie Mitarbeiter einbezogen.

   Das geschieht seit 1971 in Zusammenarbeit mit ARD und ZDF durch modellhafte „Werkstatt-Seminare". Hierzu gehören pädagogisch organisierte Begegnungen zwischen Redakteuren, Autoren, Produzenten und Regisseuren bestimmter Programmteile und Sendereihen auf der einen Seite und medienkritisch engagierten Zuschauergruppen („Fernseh-Arbeitskreise") auf der anderen Seite.

2.2 Maßnahmen in Trägerschaft der Rundfunkanstalten

Unabhängig von den genannten — von Bund und Ländern mitgetragenen — Aus- und Weiterbildungsmaßnahmen bieten die Rundfunkanstalten ihren Mitarbeitern besondere Möglichkeiten der Aus- und Weiterbildung an. Die zuständige Ausbildungskommission von ARD und ZDF hat dazu 1976 gemeinsame Richtlinien aufgestellt, die grundsätzlich ein Volontariat beim Fernsehen und beim Hörfunk vorsehen, wozu eine gemeinsame Grundausbildung in den ersten vier Monaten der Volontärzeit und anschließende Einzelausbildung gehören. Eine Intensivierung der internen Fortbildungsbemühungen der Rundfunkanstalten, vor allem für die Mitarbeiter im Programmbereich, haben die Intendanten der ARD auf ihrer Münchner Arbeitssitzung vom 23. bis 29. September 1976 beschlossen. Die „Zentralstelle Fortbildung Programm" von ARD und ZDF hat am 1. Oktober 1977 ihre Arbeit beim Hessischen Rundfunk in Frankfurt aufgenommen. Sie wird selbst keine Fortbildungsmaßnahmen durchführen, hat aber die Aufgabe, derartige Veranstaltungen zu planen, zu koordinieren und zu überwachen. Ihr Etat beläuft sich bis Ende 1978 auf 1,8 Millionen DM.

3 Alterssicherung

3.1 Grundsatzregelung

Die angestellten Journalisten sind seit dem Wegfall der Versicherungspflichtgrenze ab 1. Januar 1968 in der Angestelltenversicherung grundsätzlich pflichtversichert. Sie haben somit wie alle Arbeitnehmer eine Grundsicherung in der gesetzlichen Rentenversicherung (RV).

3.2 Zusätzliche Versorgungseinrichtungen

Aufbauend auf dieser Grundsicherung bestehen bei Presse und Rundfunk zusätzliche Versorgungseinrichtungen unterschiedlicher Art.

Für Journalisten, die bei Tageszeitungen und bei Zeitschriftenverlagen angestellt sind, besteht das „Versorgungswerk der Presse GmbH" mit seinen Zuatzeinrichtungen.

Die Rundfunkanstalten haben für ihre angestellten Mitarbeiter anstaltseigene Versorgungssysteme geschaffen.

---

[11]) Im Berichtszeitraum sind ferner an den Universitäten Stuttgart-Hohenheim und Mainz Studiengänge für Journalistik eingerichtet worden, die Hochschulabsolventen über ein kommunikationswissenschaftliches Aufbaustudium den Berufszugang zur Publizistik ermöglichen sollen. Auch der seit langem bestehende Ausbildungsgang der „Kölner Schule — Institut für Publizistik e. V." ist durch eine enge Verknüpfung mit einem Studium der Sozial-/Wirtschaftswissenschaften an der Universität Köln gekennzeichnet.
Die Institute für Kommunikationswissenschaft/Publizistik an den deutschen Universitäten sind in steigendem Maße bemüht, ihr Lehrangebot durch mehr praxisbezogene Inhalte auszuweiten, um im Rahmen ihrer Möglichkeiten einen Beitrag zur Journalistenausbildung zu leisten.

[12]) Vgl, Abschnitt E.II.1.4.

[13]) Projektteam Lokaljournalisten (Hrsg.): Handbuch für Lokaljournalisten, Teil 1: München: Verlag Ölschläger GmbH. 1977.

3.2.1 Versorgungseinrichtung der Presse

Die Versorgungseinrichtung der Presse besteht aus:

— Versorgungswerk der Presse mit
  — Versorgungskasse der Deutschen Presse
  — Ergänzungsfonds der Versorgungskasse der Deutschen Presse
  — Hilfsverein der Deutschen Presse

Das „Versorgungswerk der Presse GmbH" (VWP), dessen Vorläufer bis in die Zeit vor dem Ersten Weltkrieg zurückverfolgt werden können, entwikkelte sich über einen Tarifvertrag aus dem Jahre 1926 und eine spätere Tarifordnung nach Ende des Zweiten Weltkrieges zur dominierenden Versorgungseinrichtung der deutschen Journalisten.

Die Tarifverträge sind aufgrund Allgemeinverbindlicherklärung durch den Bundesminister für Arbeit und Sozialordnung obligatorisch für alle festangestellten Redakteure an Tageszeitungen und an Zeitschriften, jedoch können auch andere Presseunternehmen sowie Rundfunkanstalten ebenfalls mit dem Versorgungswerk der Presse für ihre Redakteure einen Rahmenvertrag abschließen, durch den eine Versicherungspflicht entsprechend den tarifvertraglichen Regelungen begründet wird [14]).

Die Leistungen des VWP sind bei privaten Lebensversicherungsgesellschaften (Allianz, Colonia, Gerling) abgesichert, die das Vermögen des VWP in einem eigene Abrechnungsverband mit selbständiger Gewinnrechnung verwalten.

Zu den Aufgaben des „Versorgungswerks der Presse GmbH" gehört es, Versicherungen für die Zeitungsredakteure abzuschließen und sie treuhänderisch zu verwalten, ohne selbst Versicherer zu sein. Die Verwaltung erfolgt unter paritätischer Kontrolle der Verleger und Journalistenverbände in der Bundesrepublik Deutschland einschließlich des Landes West-Berlin.

Der monatliche Beitragssatz für das VWP beträgt 5 % — anteilig vom Redakteur und vom Arbeitgeber aufzubringen —, wobei die Versicherungsbeiträge nach dem jeweiligen Brutto-Monatsgehalt des Redakteurs berechnet werden (soweit dieses die Beitragsbemessungsgrenze des Versorgungswerkes nicht überschreitet). Die Beitragsbemessungsgrenze des Versorgungswerks liegt um 400 DM über der jeweils geltenden Bemessungsgrenze für Monatsbezüge der Angestelltenversicherung [15]).

Zur Verbesserung der Leistungen des VWP wurde im Jahre 1954 die „Versorgungskasse der Deutschen Presse" gegründet. Die Versorgungskasse finanziert sich aus 2,5 % des Redakteursgehalts mit einer oberen Beitragsbemessungsgrenze, die seit dem 1. Januar 1977 Brutto 3 000 DM monatlich beträgt.

Mit den Erträgen des Vermögens und den Einkünften aus der Versorgungskasse sollen wegen der fehlenden Dynamik bei den Leistungen aus den Versicherungsverträgen des Versorgungswerks der Presse diese durch Zusatzleistungen ergänzt werden [16]).

Im Jahre 1970 wurde zur weiteren Anpassung der Versorgung der Redakteure und ihrer Hinterbliebenen an die wirtschaftliche Entwicklung der „Ergänzungsfonds der Versorgungskasse der Deutschen Presse" (die sogenannte 1,5 %-Umlage) eingerichtet. Seine Leistungen finanzieren sich aus einer Abgabe in Höhe von 1,5 % des Redakteurgehalts, die ebenso wie die Beiträge zur „Versorgungskasse der Deutschen Presse" allein vom Arbeitgeber aufgebracht wird.

Schon 1952 haben Spenden der Verleger und Journalisten die Errichtung des „Hilfsvereins der Deutschen Presse e. V." ermöglicht, nachdem sich gezeigt hatte, daß viele Journalisten durch die Nachkriegsentwicklung ihre Versorgungsansprüche verloren hatten. Der Hilfsverein soll unverschuldet in Not geratenen ehemaligen Angehörigen der Presseberufe und ihren Hinterbliebenen bei nachgewiesener Bedürftigkeit einmalige oder laufende Unterstützungen gewähren.

Das VWP gewährt mit Hilfe der Versorgungskasse der Deutschen Presse eine Gesamtversorgung von 50 % des Brutto-Gehalts-Durchschnitts der letzten fünf Jahre. Insgesamt erzielte die Versorgung im VWP eine laufende Anpassung an die Gehaltsentwicklung durch Aufstocken der Beitragsbemessungsgrenze. Hinzu kommen Zahlungen aus dem Überschuß des Abrechnungsverbandes und Leistungen des Ergänzungsfonds, welche die Gesamtversorgung weiter der wirtschaftlichen Entwicklung anpassen [17]).

Für die knapp 30 000 Versicherungsverträge nahm das VWP 1976 mehr als 88 Millionen DM an Beiträgen ein, zusätzlich über die Pflichtleistungen von Verlegerseite für die Versorgungskasse der Deutschen Presse und den Ergänzungsfonds nochmals 13,5 Millionen DM [18]). Das VWP hat von 1949 bis 1975 zusammen mit den Überschußanteilen insgesamt 480 Millionen DM, die Versorgungskasse 65 Millionen DM an Leistungen gewährt [19]).

3.2.2 Zusätzliche Einrichtungen bei den Rundfunkanstalten

Aufbauend auf der Grundsicherung in der gesetzlichen Rentenversicherung für die angestellten Journalisten sind bei den elf Rundfunkanstalten, bei RIAS Berlin und beim Zweiten Deutschen Fernsehen —zumeist auf tariflicher Grundlage — zusätzliche Versorgungseinrichtungen geschaffen worden, die sich an den Regelungen des öffentlichen Dienstes

---

[14]) Vgl. Versorgungswerk der Presse (Hrsg.): Die obligatorischen Versicherungen. Stuttgart 1974, S. 7.

[15]) Seit dem 1. Januar 1978 3 700 DM monatlich.

[16]) Vgl. Versorgungswerk der Presse (Hrsg.): Die obligatorischen Versicherungen, a. a. O. (Anm. 14), S. 40.

[17]) Vgl. Versorgungswerk der Presse (Hrsg.): Ein halbes Jahrhundert Presseversorgungswerk. Berlin 1976.

[18]) Vgl. die Geschäftsberichte für das VWP, die Versorgungskasse und den Ergänzungsfonds für das Jahr 1976.

[19]) Vgl. Versorgungswerk der Presse (Hrsg.): Ein halbes Jahrhundert, a. a. O. (Anm. 17).

orientieren und teilweise noch darüber hinausgehen. Die (mit Ausnahme von Radio Bremen) beitragsfreien Alters-, Invaliditäts- und Hinterbliebenenversorgungen sind von der Dienstzeit abhängig und umfassen alle Arbeitnehmer der jeweiligen Rundfunkanstalt. Die Mitarbeiter der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten erzielen Gesamtversorgungsleistungen (RV zuzüglich rundfunkeigene Alterssicherung) von etwa 75 bis 80 %, bei geringerem Einkommen in einigen Fälle sogar bis zu 100 %. Unter Umständen kann ein altershalber ausscheidender Journalist sogar über ein — z. T. beträchtlich — höheres Nettoeinkommen verfügen als vorher, da Renten und Zusatzrenten in der Regel frei von Steuern und Sozialabgaben sind. Die Versorgung beginnt in der Regel nach einer Wartezeit von zehn Jahren, wobei das zuletzt erzielte Grundgehalt als Bemessungsgrundlage dient.

3.2.3 Versorgung bei Pressestellen und ähnlichen Einrichtungen

Journalisten bei Pressestellen öffentlich-rechtlicher Institutionen oder privaten Unternehmen werden in der Regel von der für ihren Arbeitgeber zuständigen Versorgungseinrichtung erfaßt.

3.3 Bedeutung des Betriebsrentengesetzes für die Journalisten

Wenig förderlich für eine Mobilität zwischen den einzelnen Medien waren lange Zeit die Bestimmungen über die Verfallbarkeit von Rentenansprüchen. Das Betriebsrentengesetz [20]) hat durch die Vorschriften über die weitgehende Unverfallbarkeit von betrieblichen Versorgungsanwartschaften hier und in anderen Punkten zu einer besseren Sicherung von Versorgungsanwartschaften und -ansprüchen geführt.

Zu den durch dieses Gesetz geschaffenen Mindestbedingungen gehören:

- Unverfallbarkeit von Versorgungsanwartschaften, wenn der Arbeitnehmer nach Vollendung des 35. Lebensjahres aus dem Betrieb ausscheidet und in diesem Zeitpunkt entweder die Versorgungszusage für ihn mindestens zehn Jahre bestanden hat oder der Beginn der Betriebszugehörigkeit mindest zwölf Jahre zurückliegt und die Versorgungszusage vor mindestens drei Jahren erteilt wurde,
- Einschränkung von Anrechnungen anderer Versorgungsleistungen auf die Betriebsrente und Verbot ihrer Auszehrung,
- Angleichung der Altersgrenzen in der betrieblichen Altersversorgung an die der gesetzlichen Rentenversicherung (insbesondere flexible Altersgrenze),
- Verpflichtung des Arbeitgebers zur Anpassungsprüfung und -entscheidung im Abstand von drei Jahren,
- Schutz der betrieblichen Altersversorgung bei Zahlungsunfähigkeit des Arbeitgebers.

[20]) Gesetz zur Verbesserung der betrieblichen Altersversorgung (BetrAVG) vom 19. Dezember 1974, BGBl. I S. 3610.

Die Tarifverträge über die Altersversorgung von Redakteuren an Tageszeitungen und Zeitschriften haben diesen Anforderungen bereits vor Inkrafttreten des BetrAVG weitgehend entsprochen. Die Versorgungsbestimmungen des Zweiten Deutschen Fernsehens enthalten eine eigene Regelung der Unverfallbarkeit, die im wesentlichen mit der in §§ 1 und 2 des Betriebsrentengesetzes getroffenen Regelung übereinstimmt.

Scheidet ein Redakteur nach Erfüllung der Unverfallbarkeitsvoraussetzungen aus der Rundfunk- oder Fernsehanstalt aus, ist er gemäß § 18 Abs. 6 BetrAVG für den Zeitraum zwischen dem Erwerb der Anwartschaft und der Beendigung des Arbeitsverhältnisses bei einer Zusatzversorgungseinrichtung des öffentlichen Dienstes, bei der der Arbeitgeber Beteiligter ist oder sein könnte (in der Regel die Versorgungsanstalt des Bundes und der Länder), nachzuversichern.

Im Versorgungsfall beläuft sich der monatliche Betrag der Zusatzrente für das vorzeitig beendete Arbeitsverhältnis für jedes volle Jahr der Pflichtversicherung bei der Zusatzversorgungseinrichtung auf 0,4 % des Arbeitsentgelts, das nach der Satzung der Zusatzversorgungseinrichtung für die Leistungsbemessung maßgebend wäre, wenn im Zeitpunkt des Ausscheidens der Versicherungsfall im Sinne der Satzung eingetreten wäre [21]).

3.4 Gegenseitigkeit der Anrechnung von Versorgungsanwartschaften

Die in den letzten Jahren oft diskutierte Frage der gegenseitigen Anrechenbarkeit von Versorgungsanwartschaften bei den Rundfunkanstalten im Sinne einer einheitlichen Alterssicherung hat bei den meisten Sendern dazu geführt, daß frühere Beschäftigungszeiten wechselseitig anerkannt werden. Daneben wurde bei acht Rundfunkanstalten eine Wahlmöglichkeit zwischen der Anstaltsversorgung und dem Versorgungswerk der Presse eröffnet [22]).

Auch gelten — allerdings durchweg auf der Grundlage von „Kann-Bestimmungen" — bei den meisten Anstalten Regelungen, nach denen Zeiten früherer Journalistentätigkeit bei anderen Medien unter bestimmten Voraussetzungen auf die Versorgungsanwartschaften angerechnet werden können [23]), beispielsweise wenn früher erworbene Kenntnisse und Erfahrungen für die betreffende Anstalt von besonderer Bedeutung sind.

3.5 Regelung zur vorgezogenen Altersrente in öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten

Ähnlich der Regelung der Rentenversicherung gewähren die Rundfunkanstalten der ARD eine vor-

[21]) Vgl. im einzelnen § 18 Abs. 2 BetrAVG.

[22]) Vgl. Deutschlandfunk (Hrsg.): Versorgungsregelungen ARD/ZDF. Synopse zur Altersversorgung. Köln 1977.

[23]) Vgl. Andreas Johannes Wiesand: Mobilität und beruflich-soziale Lage der Journalisten in ihrer Bedeutung für die „Publizistische Vielfalt". Gutachten für das Presse- und Informationsamt der Bundesregierung. Hamburg 1975; (veröff. als:) Andreas Johannes Wiesand: Journalisten-Bericht. Berlin 1977.

gezogene Altersrente ab dem vollendeten 63. Lebensjahr (bei Schwerbehinderten ab vollendetem 62. Lebensjahr). Beim ZDF erhalten männliche Arbeitnehmer mit Vollendung des 65. Lebensjahres und weibliche Arbeitnehmer mit Vollendung des 60. Lebensjahres ihre Altersrente aus der betrieblichen Altersversorgung des ZDF.

3.6 Auswirkung von Befreiungsvorschlägen zur gesetzlichen Rentenversicherung

Journalisten, die bereits vor dem 1. Januar 1968 (Wegfall der Versicherungspflichtgrenze) in einem Beschäftigungsverhältnis standen, haben zu diesem Zeitpunkt in größerem Umfang von der Möglichkeit Gebrauch gemacht, unter Hinweis auf die Versorgungsansprüche beim VWP und bei der Versorgungskasse der Deutschen Presse sich von der gesetzlichen Rentenversicherung befreien zu lassen. Im Rundfunkbereich hat eine geringe Zahl von Redakteuren von dieser Möglichkeit Gebrauch gemacht [24]).

Dies erklärt, daß 1974 immer noch ein Drittel der angestellten Journalisten nicht von der Rentenversicherung erfaßt war. Insbesondere bei den älteren Journalisten über 60 Jahre betrug der Anteil hier über 50 %. Nach einer Stichprobenuntersuchung, die das VWP im Jahre 1975 durchgeführt hat, dürften 1975/76 rund drei Viertel aller angestellten Redakteure durch die gesetzliche RV erfaßt worden sein, wobei allerdings eine Reihe von älteren Journalisten nur während eines Teil ihrer beruflichen Laufbahn Beiträge geleistet und dementsprechend lediglich mindere Ansprüche erworben hat.

3.7 Vergleich der verschiedenen Versorgungsregelungen für Journalisten

Ein Vergleich der verschiedenen Möglichkeiten der Alters-, Invaliditäts- und Hinterbliebenenversorgungen im Medienbereich ergibt, daß Einrichtungen wie beispielsweise das Versorgungswerk der Presse (ursprünglich für eine Gesamtversorgung der Journalisten konzipiert) jetzt überwiegend die Funktion einer Zusatzversicherung erhalten haben. Die Funktion der Grundsicherung (entsprechend dem heute üblichen sozialversicherungsrechtlichen Verständnis) muß das Versorgungswerk nur noch bei solchen Journalisten erfüllen, die keinen Rentenversicherungsanspruch erworben haben (überwiegend ältere Journalisten).

Bei den Bediensteten der Rundfunkanstalten verhält es sich ähnlich. Auch hier hat die anstaltseigene Versorgung den Charakter einer Zusatzversorgung, muß aber in den Fällen, in denen ein eigener Anspruch aus der Rentenversicherung fehlt (meist bei älteren Journalisten), (noch) die Aufgabe einer Grundsicherung übernehmen.

Für die angestellten Journalisten des Pressesektors läßt sich zwar grundsätzlich nicht behaupten, daß man es hier — im Vergleich zur übrigen Erwerbsbevölkerung — mit einer in ihrer sozialen Sicherung besonders benachteiligten Berufsgruppe zu tun hätte. Im Vergleich zur Versorgungssituation der Journalisten bei den Rundfunkanstalten ergibt sich jedoch für diese eine erwähnenswerte Besserstellung. Die Versorgungseinrichtungen der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten sind unter allen für Journalisten zugänglichen Systemen diejenigen mit den höchsten Leistungen und auch den besten übrigen Konditionen.

Dieses Ungleichgewicht der intermedialen Alterssicherung zeigt sich bei den Rundfunkanstalten in der Höhe der Gesamtversorgungsleistungen (mit in der Regel automatischer Anpassung der Versorgungsbezüge bei Änderung des Vergütungstarifs der Arbeitnehmer) und in teilweise besseren Bedingungen für den Zeitpunkt der Altersgrenze. Dagegen stehen die halbdynamischen Leistungen des Versorgungswerks der Presse. Sie müssen zudem durch eigene Beiträge der Journalisten mitfinanziert werden, wobei eine Verbesserung der Versorgungslage 1970 erst durch einen Gehaltsverzicht der Journalisten ermöglicht wurde.

Zusammenfassend ergibt sich, daß die Problemgruppen der Alterssicherung die Journalisten im Alter von etwa 55 Jahren und älter sind. Bei ihnen wirkt sich regelmäßig noch der verspätete Eintritt in die Rentenversicherung aus [25]).

3.8 Einfluß der Regelungen über die Altersversorgung auf die Arbeitsplatzmobilität

Bisher wurde die Ansicht vertreten die Situation der Alterssicherung sei ein wesentlicher Faktor für die Frage der inter- und intramedialen Mobilität von Journalisten. Demgegenüber haben neuere Untersuchungen ergeben, daß tatsächlich der Alterssicherung keine solch hohe Bedeutung zukommt [26]). Vielmehr spielen hier andere Gesichtspunkte wie Ausbildung, Arbeitsplatzsituation oder familiäre Hintergründe eine Rolle.

Wie oben dargelegt, haben Änderungen, die in den letzten Jahren insbesondere durch das Betriebsrentengesetz und die entsprechenden Bestimmungen in den Rundfunkanstalten eingetreten sind, Fortschritte bei der journalistischen Altersversorgung gebracht, die auch zu einer Verbesserung der Mobilitätsbereitschaft beitragen.

3.9 Möglichkeiten einer Zusammenführung

Die vorstehende Untersuchung der derzeit vorhandenen unterschiedlichen Regelungen zeigt, daß erhebliche Leistungsunterschiede in der Altersversorgung bei den einzelnen Medien bestehen (mit besonders günstigen Bedingungen bei den Rundfunkanstalten).

Eine Vereinheitlichung der Alterssicherung auf dem erhöhten Niveau der (öffentlich-rechtlichen) Rundfunkanstalten wäre allerdings nicht vertretbar. Ziel müßte sein, in allen Bereichen zu einer Gesamtversorgung zu gelangen, die einen sozialpolitisch angemessenen Abstand zwischen dem letzten Aktiv-Nettoeinkommen und der Gesamtversorgung wahrt.

---

[24]) Ebenda; Journalisten-Bericht S. 214, 220, 227 f. und 252.

[25]) Ebenda; Journalisten-Bericht, S. 233.

[26]) Ebenda.

II. Freie Mitarbeiter

Zur beruflichen Struktur und zur Abgrenzung des Personenkreises wird auf die Ausführungen im Medienbericht 1974 verwiesen [27]).

Als Ergänzung zu der dort ebenfalls dargelegten Problematik der beruflichen Stellung freier Mitarbeiter sei auf folgende Entwicklung in jüngster Zeit hingewiesen:

Das Bundesarbeitsgericht (BAG) hat in ständiger Rechtssprechung Kriterien entwickelt, anhand derer im Einzelfall zu beurteilen ist, ob das Beschäftigungsverhältnis einer Person zu einer anderen als Arbeitsverhältnis oder als Rechtsverhältnis eines freien Mitarbeiters (im Regelfall: Dienstvertragsverhältnis) anzusehen ist. Besondere Bedeutung kommt hierbei dem Urteil des BAG vom 14. Februar 1974 [28]) zu, in dem das Gericht den Grundsatz bekräftigt hat, daß ein Arbeitsverhältnis auch durch die praktische Durchführung und Gestaltung der Vertragsbeziehungen begründet werden kann, und zwar selbst dann, wenn die Vertragsparteien ausdrücklich vereinbart haben, es liege kein Arbeitsverhältnis vor.

[27]) Vgl. Medienbericht 1974, Drucksache 7/2104, S. 82.
[28]) Vgl. 5 AZR 298/73, in: „Der Betrieb", 27. Jg. 1974, S. 1487.

1 Freie Mitarbeiter bei Rundfunkanstalten

1.1 Trend zur Festanstellung der „Freien Mitarbeiter" infolge der Rechtsprechung

Aufgrund dieser Rechtsprechung haben insbesondere bei den Rundfunkanstalten als „freie" Mitarbeiter

Tabelle F 2

Übersicht über die wirtschaftliche und soziale Lage der freien künstlerischen Mitarbeiter beim Rundfunk

Musik				Darstellende Kunst			
	hauptberuflich Selbständige insgesamt	davon nannten als einen der **wichtigsten Auftraggeber** [1]) in %			hauptberuflich Selbständige insgesamt	davon nannten als einen der **wichtigsten Auftraggeber** [1]) in %	
		Hörfunk	Fernsehen			Fernsehen	Hörfunk
		33	18			49	36
davon waren im **Alter** von . . . bis unter . . . **Jahren** in %							
unter 30	20	17	17	unter 30	19	19	28
30 bis 50	44	55	56	30 bis 50	50	57	48
50 bis 65	23	21	19	50 bis 65	23	19	19
über 65	13	6	7	über 65	8	5	6
das durchschnittliche künstlerische **Bruttoeinkommen** belief sich 1972 auf DM . . .							
	20 300	32 300	34 800		24 900	31 600	24 400
als **nichtversichert in der Rentenversicherung** bezeichnen sich in %							
	36	45	53		23	23	27
ohne Krankenversicherungsschutz zu sein, gaben an in %							
	3	5	8		2	2	2
von ein bis drei Vertragspartnern **wirtschaftlich** abhängig in %							
	43	42	48		62	61	70

[1]) Mehrfachnennungen waren möglich.

behandelte Personen in größerem Umfang geltend gemacht, ihr Beschäftigungsverhältnis sei in Wirklichkeit als Arbeitsverhältnis zu werten. Die Rundfunkanstalten haben daraufhin eine große Anzahl von freien Mitarbeitern, sei es mit, sei es ohne gerichtliche Klärung des Einzelfalles, auch formal als Arbeitnehmer unter Vertrag genommen.

Der Westdeutsche Rundfunk hat im September 1977 Verfassungsbeschwerde gegen zwei Urteile des Bundesarbeitsgerichts vom 22. Juni 1977 [29]) eingelegt, welche die bisherige Arbeitsgerichtsrechtsprechung bestätigt haben, wonach Beschäftigungsverhältnisse langjähriger freier Mitarbeiter unter bestimmten Voraussetzungen als Arbeitsverhältnisse gewertet werden können. Der Westdeutsche Rundfunk vertritt die Auffassung, daß die Rechtsprechung des Bundesarbeitsgerichts gegen die Grundrechte der Rundfunkfreiheit, der Koalitionsfreiheit und auf freie Entfaltung der Persönlichkeit (Vertragsfreiheit) sowie gegen die Prinzipien des Vertrauensschutzes und der Gewaltenteilung verstößt. Nach Meinung des Westdeutschen Rundfunks bedeutet eine Rechtsprechung, die nahezu jede freie Mitarbeit als festes Dienstverhältnis definiert, eine starke Belastung der Haushalte der Rundfunkanstalten sowie eine erhebliche Behinderung ihrer eigenverantwortlichen Programmgestaltung und damit eine Verletzung der Programmfreiheit.

Demgegenüber hat das BAG in einem weiteren Urteil inzwischen seine bisherige Rechtsprechung bestätigt und zugleich ausgeführt, daß durch die Qualifizierung solcher Rechtsverhältnisse als Arbeitsverhältnisse die Rundfunkfreiheit nicht verletzt werde. Die Rundfunkfreiheit lasse sich vielmehr im Rahmen der arbeitsrechtlichen Bestimmungen voll verwirklichen [30]).

1.2 Wirtschaftliche und soziale Lage

Anknüpfend an die Darstellung der wirtschaftlichen und sozialen Lage der freien journalistischen Mitarbeiter im Medienbericht 1974 [31]) seien hier die wichtigsten Fakten der wirtschaftlichen und sozialen Lage der freien künstlerischen Mitarbeiter wiedergegeben, wie sie sich aus der Künstlerenquete [32]) ergeben [33]).

Die freie Mitarbeit beim Rundfunk spielt vor allem für die selbständigen Künstler in den Bereichen Musik und Darstellende Kunst eine Rolle. Im Bereich Musik bezeichnete ein Drittel den Hörfunk, ein Sechstel das Fernsehen und im Bereich Darstellende Kunst etwa die Hälfte das Fernsehen und ein gutes Drittel den Hörfunk als einen ihrer wichtigsten Auftraggeber. Nach groben Schätzungen [34]) dürfte sich die Zahl der freien Mitarbeiter beim Rundfunk im Bereich Musik auf 2 500 und im Bereich Darstellende Kunst auf 1 400 belaufen.

Auffallend ist, daß bei den für den Rundfunk Tätigen die mittlere Generation (die 30- bis 50jährigen) stärker, dagegen die über 50jährigen merklich geringer vertreten sind als bei der Gesamtheit der Selbständigen in diesen beiden künstlerischen Tätigkeitsbereichen.

Das Durchschnittseinkommen der freien Mitarbeiter des Rundfunks lag 1972 — mit Ausnahme der für den Hörfunk tätigen darstellenden Künstler — ganz erheblich über dem Durchschnitt aller Selbständigen in den beiden Bereichen. Es kann nicht ausgeschlossen werden, daß sich diese Einkommenssituation in der Zwischenzeit für die nach der „Festanstellungswelle" verbliebenen freien Mitarbeiter verschlechtert hat. Die Rundfunkanstalten sind nämlich bemüht, bei der Auftragsvergabe an freie Mitarbeiter keine Fakten zu schaffen, die aufgrund der neuen Rechtsprechung eine Festanstellung nach sich ziehen könnten; für den einzelnen freien Mitarbeiter bedeutet das in der Regel eine Beschränkung des Auftragsvolumens.

1.3 Versicherungsschutz

Hinsichtlich des Renten- und Krankenversicherungsschutzes heben sich die freien Mitarbeiter des Bereichs Darstellende Kunst nicht wesentlich von der Gesamtheit der in diesem Bereich selbständig Tätigen ab. Die bei den Rundfunkanstalten als freie Mitarbeiter tätigen Musiker sind dagegen merklich weniger in der Rentenversicherung versichert und häufiger ohne Krankenversicherungsschutz als der Durchschnitt der Selbständigen im Bereich Musik.

Zur Interpretation der Daten über die soziale Lage der freien Mitarbeiter sei auf die Ausführungen über die soziale Lage der freien Autoren im Medienbericht 1974 verwiesen. Der Schutz gegen die Risiken Alter und Krankheit ist hier wie dort lückenhaft.

Die Bundesregierung hat daher im Juni 1976 den Entwurf eines Gesetzes über die Sozialversicherung der selbständigen Künstler und Publizisten (Künstlersozialversicherungsgesetz KSVG) [35]) vorgelegt.

Des Ablaufs der 7. Legislaturperiode wegen konnte dieser Gesetzentwurf nicht mehr vom Bundestag beraten werden. Er wird zur Zeit innerhalb der Bundesregierung überarbeitet und soll baldmöglichst wieder den gesetzgebenden Körperschaften zugeleitet werden.

1.4 Tarifvertragliche Regelungen auch für „Freie Mitarbeiter"

Eine weitere Verbesserung der Situation der freien Mitarbeiter, jedenfalls für einen Teil von ihnen, ist

---

[29]) BAG vom 22. Juni 1977, 5 AZR 134/76 und 5 AZR 498/76.

[30]) BAG vom 15. März 1978, 5 AZR 819/76, in: „Der Betrieb", 31. Jg. 1978, S. 1035.

[31]) Vgl. Medienbericht 1974, Drucksache 7/2104, S. 83 f.

[32]) Forschungsgutachten des Instituts für Projektstudien. Gutachten für das Bundesministerium für Arbeit und Sozialordnung. Hamburg 1973; zusammenfassende Darstellung der wichtigsten Ergebnisse in: Bericht der Bundesregierung über die wirtschaftliche und soziale Lage der künstlerischen Berufe (Künstlerbericht), Drucksache 7/3071.

[33]) Das Datenmaterial zu den folgenden Ausführungen ist Tabelle F 2 zu entnehmen.

[34]) Vorgenommen vom Institut für Projektstudien, Hamburg, aufgrund der Ergebnisse der Künstlerenquete und der Volks- und Berufszählung 1970.

[35]) Vgl. Bundestagsdrucksache 410/76.

seit der Einfügung des § 12 a in das Tarifvertragsgesetz durch das Heimarbeitsänderungsgesetz vom 29. Oktober 1974 erreicht worden. Die neue Vorschrift schafft für einen näher bestimmten Kreis von Selbständigen und freiberuflich Tätigen, die als arbeitnehmerähnliche Personen bezeichnet werden, die Möglichkeit zum Abschluß von Tarifverträgen mit der Gegenseite. Damit ist einem neuen Personenkreis die Tarifhoheit eröffnet worden; arbeitnehmerähnliche Personen im Sinne des § 12 a TVG können sich gewerkschaftlich organisieren und mit den Mitteln und im Rahmen der Tarifautonomie ihre Beschäftigungsbedingungen tarifvertraglich regeln. Nach der Vorschrift wird die Arbeitnehmerähnlichkeit der in Betracht kommenden Personen dadurch gekennzeichnet, daß die Betroffenen

— von einem Auftraggeber, für den sie aufgrund von Dienst- oder Werkverträgen tätig sind, wirtschaftlich abhängig sind,

— einem Arbeitnehmer vergleichbar sozial schutzbedürftig sind,

— ihre Leistungen persönlich und im wesentlichen ohne Mitarbeiter erbringen.

Dazu tritt als weiteres Erfordernis, daß die Betroffenen

— entweder überwiegend für einen Auftraggeber tätig sind

— oder von einem Auftraggeber durchschnittlich mehr als die Hälfte ihres gesamten Erwerbseinkommens beziehen.

Für Personen, die künstlerische, schriftstellerische oder journalistische Leistungen erbringen oder an der Erbringung solcher Leistungen unmittelbar mitwirken, genügt es, wenn sie von einem Auftraggeber mindestens ein Drittel ihres Gesamtentgelts aus Erwerbstätigkeit beziehen.

Nach den Ergebnissen der Künstlerenquete ist damit zu rechnen, daß für etwa die Hälfte bis zu einem Drittel der freien künstlerischen Mitarbeiter des Rundfunks dadurch die Basis zur Verbesserung ihrer Lage geschaffen wurde. Bei den freien Autoren erfüllen etwa die Hälfte die genannten Voraussetzungen.

1.5 Überblick über derzeitige tarifvertragliche Regelungen

Nach Inkrafttreten der neuen tarifvertraglichen Norm sind in verschiedenen Bereichen Tarifverhandlungen zwischen Verbänden, die arbeitnehmerähnliche Personen vertreten, und der Auftraggeberseite aufgenommen worden.

Im Bereich des Rundfunks führten diese Verhandlungen zu folgenden Tarifabschlüssen [36]):

a) Rahmentarifvertrag für die ständigen freien Mitarbeiter des *Hessischen Rundfunks* vom 9. Februar 1976; wesentlicher Inhalt: Verpflichtung zum Abschluß von Ausführungstarifverträgen, Bestimmung des persönlichen Geltungsbereichs dieser Ausführungstarifverträge;

Tarifvertrag über die Gewährung einer Sondervergütung für die freien Mitarbeiter des Hessischen Rundfunks vom 10. Februar 1976, geändert durch Tarifvertrag vom 20. April 1977; wesentlicher Inhalt: Sondervergütung für Erholungszeiten;

Tarifvertrag über die Gewährung von Sozialleistungen für die freien Mitarbeiter des Hessischen Rundfunks vom 28. April 1976; wesentlicher Inhalt: Honorarzuschüsse zu Versicherungsbeiträgen, Leistungen im Krankheitsfall;

b) Rahmentarifvertrag für die arbeitnehmerähnlichen Personen beim *Bayerischen Rundfunk* vom 6. August/29. November 1976; wesentlicher Inhalt: Rahmenbestimmungen bezüglich der wirtschaftlichen Abhängigkeit und sozialen Schutzbedürftigkeit, Bestandsschutz, Sozialversicherungsleistungen, Mitgliedschaft bei der Pensionskasse der Rundfunkanstalten und dem Versorgungswerk der Presse;

— Durchführungstarifvertrag Nr. 1 — Honorarfortzahlung im Krankheitsfall — vom 14. Juli 1977 zum Rahmentarifvertrag für die arbeitnehmerähnlichen Personen des Bayerischen Rundfunks; wesentlicher Inhalt: Leistungen im Falle der Arbeitsunfähigkeit;

— Durchführungstarifvertrag Nr. 2 — Zahlung von Zuschüssen bei Schwangerschaft — vom 14. Juli 1977 zum Rahmentarifvertrag für die arbeitnehmerähnlichen Personen des Bayerischen Rundfunks; wesentlicher Inhalt: Zuschüsse im Falle einer Schwangerschaft;

— Durchführungstarifvertrag Nr. 3 — Gewährung von bezahltem Urlaub — vom 14. Juli 1977 zum Rahmentarifvertrag für die arbeitnehmerähnlichen Personen des Bayerischen Rundfunks; wesentlicher Inhalt: Urlaubsregelungen;

c) Tarifvertrag für arbeitnehmerähnliche Personen des *Westdeutschen Rundfunks* Köln vom 1. Dezember 1976; wesentlicher Inhalt: Rahmenbestimmungen bezüglich der wirtschaftlichen Abhängigkeit und sozialen Schutzbedürftigkeit, Bestandsschutz, Leistungen im Krankheitsfall;

— Durchführungs-Tarifvertrag Nr. 1 — Urlaubs-Tarifvertrag vom 1. Dezember 1976 — zum Tarifvertrag für arbeitnehmerähnliche Personen des Westdeutschen Rundfunks Köln vom 1. Dezember 1976; wesentlicher Inhalt: Urlaubsregelungen;

d) Tarifvertrag der arbeitnehmerähnlichen Personen des *Sender Freies Berlin* vom 30. Dezember 1976; wesentlicher Inhalt: Rahmenbestimmungen bezüglich der wirtschaftlichen Abhängigkeit und sozialen Schutzbedürftigkeit, Bestandsschutz, Leistungen im Krankheitsfall;

---

[36]) Vgl. auch Bericht der Bundesregierung über Erfahrungen bei der Anwendung des § 12 a TVG (Artikel II § 1 des Heimarbeitsänderungsgesetzes), Drucksache 8/716 sowie Bericht des 11. Ausschusses zu dem vorgenannten Bericht der Bundesregierung, Drucksache 8/1483.

— Durchführungs-Tarifvertrag Nr. 1 — Urlaubs-Tarifvertrag vom 30. Dezember 1976 — zum Tarifvertrag für arbeitnehmerähnliche Personen des Sender Freies Berlin vom 30. September 1976; wesentlicher Inhalt: Urlaubsregelungen;

— Tarifvertragsvereinbarung über Mindesthonorare der freien Mitarbeiter des Sender Freies Berlin vom 7. Juli 1977; wesentlicher Inhalt: Mindesthonorare (Honorarrahmen);

e) Tarifvertrag für arbeitnehmerähnliche Personen des *Südwestfunks* vom 20. Juni 1977; wesentlicher Inhalt: Rahmenbestimmungen bezüglich der wirtschaftlichen Abhängigkeit und sozialen Schutzbedürftigkeit, Bestandsschutz, Leistungen im Fall der Arbeitsunfähigkeit, Sozialversicherungsleistungen, Mitgliedschaft bei der Pensionskasse der Rundfunkanstalten und dem Versorgungswerk der Presse;

Urlaubs-Tarifvertrag für arbeitnehmerähnliche Personen des Südwestfunks vom 20. Juni 1977; wesentlicher Inhalt: Urlaubsregelungen;

f) Rahmentarifvertrag für arbeitnehmerähnliche Personen beim *Zweiten Deutschen Fernsehen* vom 29. April 1977; wesentlicher Inhalt: Rahmenbestimmungen bezüglich der wirtschaftlichen Abhängigkeit und sozialen Schutzbedürftigkeit, Bestandsschutz;

— Durchführungstarifvertrag Nr. 1 — Urlaubstarifvertrag — vom 29. April 1977 zum Rahmentarifvertrag für arbeitnehmerähnliche Personen beim Zweiten Deutschen Fernsehen vom 29. April 1977; wesentlicher Inhalt: Urlaubsregelungen;

— Durchführungstarifvertrag Nr. 2 — Zahlungen im Krankheitsfall vom 29. April 1977 zum Rahmentarifvertrag für arbeitnehmerähnliche Personen beim Zweiten Deutschen Fernsehen vom 29. April 1977; wesentlicher Inhalt: Leistungen im Fall der Arbeitsunfähigkeit;

g) Tarifvertrag für arbeitnehmerähnliche Personen des *Norddeutschen Rundfunks* vom 30. September 1977; wesentlicher Inhalt: Rahmenbestimmungen bezüglich der wirtschaftlichen Abhängigkeit und sozialen Schutzbedürftigkeit, Bestandsschutz, Zuschüsse zu Versicherungsleistungen, Mitgliedschaft bei der Pensionskasse der Rundfunkanstalten und dem Versorgungswerk der Presse;

Tarifvertrag über den Urlaub für arbeitnehmerähnliche Personen des Norddeutschen Rundfunks vom 30. September 1977; wesentlicher Inhalt: Urlaubsregelungen;

h) Tarifvertrag für arbeitnehmerähnliche Personen des *RIAS BERLIN* vom 12. April 1978; wesentlicher Inhalt: Rahmenbestimmungen bezüglich der wirtschaftlichen Abhängigkeit und sozialen Schutzbedürftigkeit, Bestandsschutz, Leistungen im Falle der Arbeitsunfähigkeit;

Durchführungstarifvertrag vom 12. April 1978 des RIAS BERLIN; wesentlicher Inhalt: Urlaubsregelungen;

i) Tarifvertrag für arbeitnehmerähnliche Personen im *Deutschlandfunk* vom 13. Juni 1978; wesentlicher Inhalt: Regelungen über den Geltungsbereich, über Beginn und Ende der Beschäftigungsverhältnisse, Leistungen im Krankheitsfall, Altersversorgungsregelungen; Urlaubstarifvertrag für arbeitnehmerähnliche Personen im Deutschlandfunk vom 13. Juni 1978; wesentlicher Inhalt: Urlaubsregelungen.

2 Freie Mitarbeiter bei der Presse

Im Bereich des Zeitungswesens haben die jahrelangen Verhandlungen zwischen den beteiligten Verbänden inzwischen zum Abschluß eines Tarivertrags geführt. Unter dem 29. September 1977 ist ein Tarifvertrag für arbeitnehmerähnliche Journalisten bei Tageszeitungen zwischen dem Bundesverband Deutscher Zeitungsverleger e. V. und der Deutschen Journalisten-Union in der Industriegewerkschaft Druck und Papier, der Deutschen Angestellten Gewerkschaft und dem Deutschen Journalisten Verband e. V. geschlossen worden. Allerdings hat der Bundesverband Deutscher Zeitungsverleger e. V. den Tarifvertrag mangels einer entsprechenden Vollmacht nicht auch in Vertretung des Verbandes Hessischer Zeitungsverleger e. V. geschlossen, so daß von dem Tarifvertrag die Mitgliedsverlage des genannten hessischen Verlegerverbandes nicht erfaßt werden. Der Tarifvertrag enthält im wesentlichen Rahmenbestimmungen bezüglich der wirtschaftlichen Abhängigkeit und sozialen Schutzbedürftigkeit sowie Regelungen über Grundlagen der Honorarabrechnung, Honorarsätze, urheberrechtliche Fragen und über die Beendigung der Zusammenarbeit.

Nachdem im Zeitschriftenbereich inzwischen ein Gehaltstarifvertrag für fest angestellte Redakteure zustande gekommen ist, kann damit gerechnet werden, daß die in Betracht kommenden Verbände nunmehr in absehbarer Zeit auch Tarifvertragsverhandlungen für die freien Mitarbeiter an Zeitschriften aufnehmen werden.

Der Deutsche Bundestag hat zum Erfahrungsbericht der Bundesregierung zu § 12 a des Tarifvertragsgesetzes am 23. Februar 1978 einstimmig eine Entschließung angenommen, in der u. a. mit Befriedigung festgestellt wird, daß die Möglichkeiten zur Verbesserung der rechtlichen, wirtschaftlichen und sozialen Lage der arbeitnehmerähnlichen Personen mit den Mitteln und im Rahmen der Tarifautonomie genutzt worden sind und voraussichtlich auch weiterhin genutzt werden. Er begrüßt, daß (nach dem damaligen Stand) inzwischen 20 Tarifverträge für arbeitnehmerähnliche Personen bei Rundfunk- und Fernsehanstalten und bei Tageszeitungen geschlossen worden sind. Der Deutsche Bundestag bedauert es allerdings, daß es in einigen Bereichen noch nicht zu Tarifvertragsverhandlungen oder zu Abschlüssen gekommen ist. Er appelliert an die Tarifvertragsparteien, die Anwendung des § 12 a des Tarifvertragsgesetzes auch in den Bereichen zu verwirklichen, wo dies bisher noch nicht geschehen ist. Er bittet die Bundesregierung, die Sozialpartner über die Möglichkeiten des § 12 a des Tarifvertragsgesetzes zu informieren.

G. Medienpolitische Fragen im internationalen Bereich

I. Allgemein

Die internationale Zusammenarbeit im Medienbereich hat im Berichtszeitraum erheblich an Bedeutung gewonnen. Die theoretische und politisch-praktische Behandlung dieses Problemkreises hat an Intensität und Kontinuität rasch zugenommen. Dabei ist die Kommunikations- und Medienpolitik verstärkt zu einem Bereich politischen Denkens und Handelns geworden, der Eigengewicht gewonnen hat und sich aus einer Nebenrolle in verschiedenen klassischen Disziplinen und Ressorts fortschreitend zu einer selbständigen Disziplin und Politik entwickelt. Planen und Handeln im kommunikationspolitischen Bereich werden um so notwendiger, sowohl auf nationaler als auf internationaler Ebene. Nationale Medienpolitik ist ohne angemessene Berücksichtigung internationaler Zusammenhänge und technischer und wirtschaftlicher Entwicklungen daher nicht mehr vorstellbar.

Medienpolitische Fragen werden vornehmlich auf folgenden Konferenzen behandelt:

— Vereinte Nationen (Generalversammlung; Weltraumausschuß und seinen Untergliederungen Rechtsunterausschuß und Wissenschaftlich-Technischer Unterausschuß)

— UNESCO (Generalkonferenzen; Regierungsexpertenausschuß für Massenmedien; Sachverständigenkommission für die Deklaration über die Rolle der Massenmedien)

— KSZE-Folgekonferenzen (Korb III: Maßnahmen zur Förderung der Kontakte, des Informationsaustausches und des kulturellen Austausches)

— Weltweite Verwaltungskonferenzen für terrestrischen und Satellitenhörfunk und -fernsehen (WARC)

— Europarat.

Die Bundesregierung tritt gemäß ihrem Verfassungsauftrag aus Artikel 5 GG auf allen diesen Konferenzen nachhaltig für Meinungs- und Informationsfreiheit, für Presse- und Rundfunkfreiheit sowie für einen freien und grenzüberschreitenden Informationsfluß einschließlich freier Arbeitsmöglichkeiten für Journalisten und deren Mitarbeiter ein. Grundlage für ihre Haltung sind auch die Satzung der UNESCO (Artikel 1), die Menschenrechtsdeklaration der Vereinten Nationen (Artikel 19), die Europäische Konvention zum Schutz der Menschenrechte und Grundfreiheiten (Artikel 10) sowie der Pakt über bürgerliche und politische Rechte (Artikel 19). In Artikel 1 der Satzung der UNESCO wird festgelegt, daß die gegenseitige Kenntnis und das Verständnis unter den Nationen durch alle Mittel der Unterrichtung zu fördern sei, um den freien Gedankenaustausch durch Wort und Bild zu erleichtern. Artikel 19 der Menschenrechtsdeklaration sowie Artikel 10 der Europäischen Konvention betonen das Recht und den Anspruch auf freie Meinungsäußerung. Dieses Recht schließt die Freiheit der Meinung und die Freiheit zum Empfang und zur Mitteilung von Nachrichten oder Ideen ohne Eingriffe öffentlicher Behörden und ohne Rücksicht auf Landesgrenzen ein.

Mit der Begründung, daß die Ausübung der Grundrechte der Meinungs- und Informationsfreiheit sowie der Presse- und Rundfunkfreiheit besondere Verpflichtungen des Staates voraussetzten, berufen sich andererseits Staaten, die nicht dem Leitbild westlicher Demokratien folgen, auf den Grundsatz der Staatssouveränität. Sie folgern daraus, daß einmal den Staaten die volle Verantwortung für die Aktivität der nationalen Massenmedien zufalle, zum anderen, daß der Staat im Interesse der Wahrung von Frieden und Freundschaft, Verständigung zwischen den Völkern, aber auch aus den Gesichtspunkten der Respektierung der Rechte und des Ansehens anderer Menschen, des Schutzes der Staatssicherheit, der Volksgesundheit und der Moral sowie zwecks Verhinderung von Kriegshetze und Rassismus über Art und Umfang der Information sowie Zugang zu ihr seitens seiner Bürger zu entscheiden habe. Aus den gleichen Gründen könne jede grenzüberschreitende Information von außen nur nach vorheriger Zustimmung aufgenommen und weitergeleitet werden und sei auch jeder Staat für die aus seinem Staatsgebiet herausgehende Information verantwortlich.

II. Medienpolitische Fragen einzelner internationaler Konferenzen

Am Beispiel zweier internationaler Organisationen — UNESCO und Europarat — kann die Problematik erhellt werden, die bei der internationalen Diskussion über die Meinungs- und Informationsfreiheit eine Rolle spielt; zugleich lassen sich die Rückbezüge erläutern, die sich hieraus für die eigene staatliche Medienpolitik zwangsläufig ergeben.

1 UNESCO

Bei der Diskussion im Rahmen dieser Organisation geht es im wesentlichen um drei Probleme:

1.1 Neue Informationsordnung

Wegen ihrer mangelnden Teilhabe an den weltweiten Kommunikationsbeziehungen haben zahlreiche Entwicklungsländer den Vorwurf des „Kommunika-

tionsimperialismus" an die Adresse der Industrieländer gerichtet. International tritt die Dritte Welt mit Nachdruck für eine „new information order" (parallel zur „new economic order") ein. Auf der 20. Generalkonferenz der UNESCO Ende 1978 wird dieses Thema im Vordergrund stehen. Es hat seit Beginn der 70er Jahre weltweit Diskussionen in und zwischen Industrieländern sowie zwischen Industrieländern, Entwicklungsländern und kommunistischen Ländern ausgelöst. Sie sind begründet einerseits in der eingangs erwähnten unterschiedlichen Auffassung und Regelung des Zugangs der Bevölkerung zur Information und vom unterschiedlichen Verhältnis des Staates zu den Medien in demokratisch und anders verfaßten Ländern; andererseits gehen sie auf das Übergewicht der Medien in den Industriestaaten gegenüber den weitgehend erst in Ansätzen vorhandenen Medienstrukturen in den meisten Entwicklungsländern zurück.

Zudem sind die Medien in den einzelnen Staaten gesellschaftspolitisch unterschiedlich eingeordnet. Je nach Verfassungslage gibt es von voll kommerziell orientierten, privatwirtschaftlich ausgerichteten Unternehmen bis hin zu voll staatlich organisierten und kontrollierten Medien sehr verschiedenartige Ausprägungen. Die Organisationsform entspricht meist der in der jeweiligen Verfassung des Staates verankerten Haltung zu den Grundrechten der Meinungs-, Informations- und Pressefreiheit sowie seinem Verständnis von Staatssouveränität.

1.2 Freier, grenzüberschreitender Informationsfluß

Obwohl der bisherige bilaterale und regionale Austausch von Informationen auch zwischen Staaten unterschiedlicher Gesellschaftsordnung auf der operativen Ebene praktikable Kooperationsvereinbarungen ermöglicht hat (z. B. Vereinbarungen zwischen „Eurovision" und „Intervision" oder solche der deutschen Presseagentur mit zahlreichen nationalen Presseagenturen), läßt sich eine multilaterale Regelung der internationalen Kommunikationsbeziehungen ungleich schwieriger verwirklichen. Auch hier stehen einem ungehinderten Nachrichtenaustausch („free flow of information"), einem freien Austausch von Medienmitarbeitern und dem freien Zugang zu den Informationsquellen (auch Nachprüfbarkeit von Informationen sowie Berichtigungsrecht) die unterschiedlichen Auffassungen von demokratisch und anders verfaßten Staaten zur Informations- und Meinungsfreiheit und zum Zugang der Bürger zur Information entgegen.

1.3 Besser ausgewogener Austausch von Nachrichten (Nord/Süd-Gefälle)

Die politische Forderung nach einer neuen Informationsordnung wird mit „Entkolonisierung der Information" (oder „westlichem Kulturimperialismus") begründet. Die Dritte Welt beklagt, daß der größte Teil der Erde durch wenige westliche Nachrichtenagenturen versorgt werde. Die große Masse der Nachrichten komme aus Industrieländern, während die Nachrichten aus der Dritten Welt demgegenüber weit zurückstünden. Häufig würden auch Informationen aus der Dritten Welt nur über westliche Nachrichtenagenturen verbreitet. Die Auswahl der Nachrichten aus der Dritten Welt geschehe einseitig, sei durch westliches Verständnis geprägt und berücksichtige die wirklichen zeitgemäßen Probleme der Entwicklungsländer unzureichend.

Insgesamt ist die Situation noch unzureichend geklärt, die Debatte wird fortgesetzt.

Im Zusammenhang hiermit stehen auch die Bemühungen der Dritten Welt um den Aufbau von blockfreien, regionalen und nationalen Nachrichtenagenturen.

1.4 Förderungsmöglichkeiten für die Entwicklungsländer

Die Bundesregierung hält die Forderung der Entwicklungsländer nach gleichberechtigter, aktiver Teilnahme am internationalen Informationsfluß für begründet. Sie ist bereit, durch eigene Beiträge im Kommunikationssektor die Fähigkeit und Möglichkeit der Entwicklungsländer, sich am internationalen Informationsaustausch zu beteiligen, in vermehrtem Maße zu stärken. Sie hat Perspektiven für eine Zusammenarbeit mit den Entwicklungsländern auf dem Gebiet des Kommunikationswesens entwickelt, die im Ausschuß für wirtschaftliche Zusammenarbeit des Deutschen Bundestages erörtert wurden [1]). Sie enthalten eine Darstellung der bisherigen Medienförderung und Leitlinien für die künftige entwicklungspolitische Zusammenarbeit der Bundesrepublik Deutschland mit Entwicklungsländern im Kommunikationswesen. Ziel der Zusammenarbeit ist es, einen Beitrag zur Verminderung des Informationsgefälles von Nord nach Süd zu leisten und die Bemühungen der Entwicklungsländer zur eigenen Landesentwicklung zu unterstützen. In dem Bemühen, den Austausch von Informationen und Meinungen zu erweitern, zielt die Förderung auf bessere Nutzung vorhandener Systeme und Unterstützung der grenzüberschreitenden Informationssysteme.

1.5 UNESCO — Dokumentationszentrum für Kommunikationsforschung im deutschsprachigen Raum

Erste Schritte zur Errichtung eines regionalen Dokumentationszentrums für Kommunikationsforschung im deutschsprachigen Raum — unter Beteiligung Österreichs und der Schweiz — sind eingeleitet.

2 Europarat

Der Europarat widmet sich auf medienpolitischem Gebiet vornehmlich der Harmonisierung des Medienrechts sowie der Herstellung gleichartiger Förderungs- und Informationsbedingungen innerhalb seiner Mitgliedstaaten. Von dieser Zielsetzung gehen daher auch Rückbezüge auf die jeweilige innerstaatliche Medienpolitik aus.

---

[1]) Vgl. Kurzprotokoll der 25. Sitzung des Ausschusses wirtschaftliche Zusammenarbeit des Deutschen Bundestages (8. Wahlperiode) am 22. Februar 1978 TO-Punkt 1 und dortige Anlage 1.

Der vom Ministerausschuß des Europarates im Jahre 1970 eingesetzte Sachverständigenausschuß für Fragen der Pressekonzentration hat seinen Bericht und eine Entschließung (74) 43 zur Pressekonzentration im Dezember 1974 vorgelegt [2]).

Die Entschließung, mit der die Prüfung verschiedener Hilfsmaßnahmen (u. a. Errichtung eines Pressefonds, gezielte Hilfen für wirtschaftlich schwache Zeitungen und Rationalisierung der Herstellungs- und Vertriebsmethoden) empfohlen wird, wurde vom Ministerausschuß am 16. Dezember 1974 gebilligt. Die Parlamentarische Versammlung des Europarates hat nach einer Debatte am 23. Januar 1975 die Empfehlung 747 (1975) zur Pressekonzentration beschlossen [3]). Sie sieht u. a. vor:

— Formulierung eines Musterstatuts zur Sicherung der inneren Pressefreiheit

— Festlegung von Kriterien einer verantwortlichen Informationspolitik

— Einrichtung eines Informationszentrums beim Europarat für Fragen der Pressekonzentration.

Diese Arbeiten wurden von dem vom Europarat 1976 eingesetzten Ausschuß für Massenmedien übernommen. Seine Aufgaben sind: Verbesserung des Informationsstandes und Bestandsaufnahme der Medienstrukturen und der Mediengesetzgebung sowie eine Harmonisierung dieser Gesetzgebung in den Mitgliedstaaten. Den Vorsitz führt seit Errichtung des Ausschusses ein Vertreter der Bundesrepublik Deutschland.

Der Ausschuß für Massenmedien wird demnächst eine Synopse über die Lage von Presse, Rundfunk und Fernsehen in den Mitgliedstaaten vorlegen. Er hat vordringlich die Rolle des Staates gegenüber den Medien sowie die internationalen Aspekte des freien Informationsflusses behandelt. Er hat sich auch als Forum für den Gedankenaustausch im Interesse eines harmonisierten europäischen Vorgehens auf weltweiten Konferenzen, in denen Medienfragen behandelt werden (UNESCO, WARC 1977 und 1979, KSZE usw.) bewährt. Die Bundesregierung unterstützt die Arbeiten des Ausschusses bei enger Zusammenarbeit mit den Ländern, Rundfunkanstalten, Verbänden und Einrichtungen im Medienbereich und sorgt für die Umsetzung der Ergebnisse.

[2]) Council of Europe/Conseil de l'Europe: Document 35.103/03.1; deutsche Fassungen abgedruckt in: „Publizistik", 20. Jg. 1975/Heft 3, S. 683 bis 739.

[3]) Council of Europe/Conseil de l'Europe: Doc. 3536 vom 21. Januar 1975.

H. Ausblick

Im Berichtszeitraum hat sich die medienpolitische Diskussion zunehmend belebt. Dies kommt in einer Reihe medienpolitischer Debatten des Deutschen Bundestages sowie programmatischer Äußerungen der politischen Parteien und der einschlägigen Verbände und Institutionen zum Ausdruck.

Folgende Ereignisse haben dazu beigetragen, daß die Öffentlichkeit heute interessierter und aufgeschlossener medienpolitischen Fragestellungen gegenübersteht und die Medienpolitik als wichtigen Bestandteil politischen Handels begreift:

— die Diskussion der Jahre 1974/75 um die Beurteilung der wirtschaftlichen Lage in der Presse und die Frage der Pressehilfemaßnahmen;

— größere Pressekonzentrationsvorgänge durch Fusionen oder Einstellung von Zeitungen;

— die Arbeitskämpfe im Druckereigewerbe mit der Folge längeren Ausfalls von Presseerzeugnissen;

— die Diskussion um neue Medientechnologien im Anschluß an die Vorlage des Berichts der Kommission für den Ausbau des technischen Kommunikationssystems;

— medienpolitische Initiativen wie diejenigen der Bundesregierung zu Krediterleichterungen für kleine und mittlere Zeitungsverlage, zur Einführung der pressespezifischen Fusionskontrolle in das Kartellrecht und zur Verabschiedung des Pressestatistikgesetzes;

— die verstärkten Forderungen der Journalistenverbände nach einer verbindlichen Regelung, die den Journalisten ein größeres Maß redaktioneller Unabhängigkeit auch gegenüber Verlegern gewährt.

Die Bundesregierung betrachtet hierbei Medienpolitik vor allem als verfassungsrechtliche Verpflichtung, den für die Demokratie unerläßlichen freien Informations-, Meinungs- und Willensbildungsprozeß durch ein plurales Angebot an Information und Meinung zu gewährleisten oder — wo dieses plurale Angebot verlorengegangen sein sollte — dieses wiederherzustellen. Für die Bundesregierung ist daher Medienpolitik der Inbegriff der Maßnahmen, die darauf hinzielen, allen Medien jenen notwendigen Raum an Freiheit und Unabhängigkeit vom Staat sowie an Sicherheit vor dem Mißbrauch gesellschaftlicher und wirtschaftlicher Macht zu geben, dessen sie bedürfen, um ihre publizistischen Funktionen insbesondere im Bereich demokratischer Meinungsbildung und Kontrolle angemessen und ungehindert ausfüllen zu können. In diesem Zusammenhang wird es auch darauf ankommen, sich abzeichnende gesellschaftliche und technische Entwicklungen so zu bewältigen, daß sie zu einer Stärkung der Informations- und Meinungsfreiheit sowie zu einer Verbesserung der Kommunikationsmöglichkeiten des einzelnen führen. Das schließt das ungeminderte Interesse der Bundesregierung an einer zufriedenstellenden Regelung über die Zusammenarbeit von Verlegern und Redakteuren ein.

Die Bundesregierung geht davon aus, daß der Stellenwert der Medienpolitik im Rahmen der Gesamtpolitik weiterhin wachsen wird. Hierfür sind folgende Entwicklungen bedeutsam:

— Die Konzentrationsvorgänge der letzten Jahre im Bereich der Tagespresse haben die Tendenz zu größeren Unternehmen bzw. Unternehmensgruppen bestätigt und die Gefahr der Beherrschung größerer Zeitungsmärkte durch wenige Presseunternehmen verdeutlicht. Deshalb kommt es in erhöhtem Maße darauf an, eine Vielfalt selbständiger Verlage aufrechtzuerhalten und insbesondere wettbewerbsschädlichen Entwicklungen im Zeitungssektor Einhalt zu gebieten. Kostenvorteile, aber auch größere unternehmenspolitische Möglichkeiten der auflagenstarken Verlage im Verdrängungswettbewerb gefährden kleine und mittlere Presseunternehmen stärker als die technische Entwicklung. Deshalb ist es medienpolitisch auch wichtig, alle wettbewerbsrechtlichen Möglichkeiten auszuschöpfen, um Praktiken zu verhindern, die den Leistungswettbewerb verfälschen.

— Die fortschreitende Monopolisierung der lokalen Zeitungsmärkte und die Gefährdung von Zweitzeitungen bleiben weiterhin ein ernstes medienpolitisches Problem. In diesem Zusammenhang verdient die Versorgung des Lokalbereichs durch Stadtteilpresse, Gemeinde- und Anzeigenblätter Beachtung. Ihre Funktion für die lokale Kommunikation bedarf noch genauerer Erforschung.

— Auf weitere Sicht erscheint der Wettbewerb innerhalb und zwischen den Medien außerdem gefährdet durch eine sich bereits anbahnende Entwicklung zu Großunternehmen der Kommunikation, die in mehreren Medien tätig sind (Multimedia-Unternehmen). Die Möglichkeit, Vorteile aus der Beherrschung eines Marktes auf dem Wege des Medienverbundes zur Expansion auch in anderen Medien zu nutzen, wirft besondere wettbewerbspolitische Probleme auf.

— Im Bereich der Fachkommunikation wirft das schnelle, weltweite Anwachsen der Informationsmengen Probleme auf, mit denen insbesondere die Fachpresse als wichtigstes Medium in diesem Bereich konfrontiert ist. Ob jedoch neue, computer- und bildschirmgestützte Formen von Fachkommunikation die in sie gesetzte Erwartung erfüllen werden, den Informationsfluß für jedermann generell zu beschleunigen, muß angesichts der ungelösten Kostenfragen vorläufig offenbleiben — ein Ersatz der Fachzeitschrift durch sie kann ohnehin nicht erwartet werden. Solche Überlegungen wie auch die Entwicklung der Kopiertechnik berühren ferner Fragen des Urheberrechts, die schon im Interesse der Primärliteratur einer Lösung zugeführt werden müssen.

— Die Modernisierung der Presseunternehmen durch die Einführung von computergestützten Produktionstechniken, vor allem in den Bereichen Redaktion, Satz, Druck und Versand, werden die Arbeitsbedingungen und die Arbeitsplätze verändern.

— Die technologische Entwicklung macht die Abgrenzbarkeit der Medien untereinander schwieriger. Neben Presse und Rundfunk in ihrer traditionellen Erscheinungsform treten andere technische Phänomene zur Verbreitung von Informationen. Deren medienpolitische Beurteilung wird zum Teil noch erhebliche Probleme aufwerfen.

Die Lösung der zu erwartenden Veränderungen im Medienbereich wird ein hohes Maß an Kooperationsbereitschaft aller politisch verantwortlichen Kräfte in Bund und Ländern erfordern. Nur Bund und Länder gemeinsam können der Herausforderung der neuen Technik begegnen.

Nach geltendem Verfassungsrecht hat der Bund eine Rahmengesetzgebungskompetenz für die allgemeinen Rechtsverhältnisse der Presse, aber — abgesehen von den beiden Rundfunkanstalten des Bundes — keine Gesetzgebungszuständigkeit für den Rundfunk. Daneben kann er im Rahmen von Artikel 74 Nr. 11 GG wirtschaftliche Förderung der Presse betreiben und hat nach Artikel 73 Nr. 7 GG eine ausschließliche Zuständigkeit für das Post- und Fernmeldewesen.

Die einzelnen Medien können wegen der neuen technischen Entwicklung nicht isoliert betrachtet werden. Erst das Gesamtbild, das sich aus der Wechselwirkung der Medien — insbesondere ihren Komplementär- und Konkurrenzfunktionen — als Informationsquelle für den Bürger ergibt, macht den Anteil deutlich, den das einzelne Medium am Gesamtprozeß von Informationen und Meinungsbildung hat. Mit diesem Hinweis hatte die Bundesregierung im Bericht 1974 bereits begründet, weshalb sie — über den Auftrag des Deutschen Bundestages hinaus — auch über die Lage des Rundfunks berichtet. Sie hatte hierbei auf das „besondere Interesse" hingewiesen, „das der Bund — ungeachtet der im Grundgesetz vorgenommenen Aufteilung der Gesetzgebungskompetenzen im Medienbereich — gerade an der Bewahrung der in Artikel 5 GG geschützten Rechtsgüter haben muß, weil sie für den demokratisch verfaßten Staat lebenswichtig sind".

Jegliche medienpolitische Konzeption — sowohl des Bundes als auch der Länder — muß daher fragmentarisch bleiben, wenn es nicht gelingt, alle Massenmedien — unbeschadet der jeweiligen gesetzgeberischen Zuständigkeit — in eine Gesamtkonzeption harmonisch einzuordnen.

Die Entwicklung der letzten Jahre hat gezeigt, daß die nationale Medienpolitik zunehmend internationale Zusammenhänge berücksichtigen muß. Die Vereinten Nationen, die UNESCO, der Europarat und weltweite sonstige Informationskonferenzen sind zu einem nicht unbeträchtlichen Teil zum Forum internationaler Medienpolitik geworden. Der grenzüberschreitende Informations- und Kommunikationsfluß, die rasche technische Entwicklung weltweiter Informationsvermittlung — u. a. über Satelliten — zeigen die internationale Verflechtung in diesem Bereich.

Die Bundesregierung wird weiterhin dafür eintreten, den Grundsätzen der Informations- und Meinungsfreiheit, wie sie in Artikel 5 des Grundgesetzes vorgezeichnet sind, Geltung zu verschaffen.